VARIETY

RUSSIA

CATCH UP MIPCOM CANNES 2012

PAGES 58-60

4 602009 262227 16+

IT'S ME - LUISA REY - MERONYM - JOCASTA AYRS

HALLE BERRY IN «CLOUD ATLAS»

PAGE 56

Лидирует на дороге
и в своем классе

GL Grand Edition

Mercedes-Benz

ЗВЕЗДА СТОЛИЦЫ Официальный дилер «Мерседес-Бенц» Москва, Варшавское шоссе, 127, тел.: +7 (495) 974-22-22, www.zvezdastolitsi.ru

CAST

VARIETY RUSSIA

Главный редактор ЕКАТЕРИНА МЦИТУРИДЗЕ

Арт-директор ИЛЬЯ ЗАСЛАВСКИЙ
Ответственный секретарь АНАСТАСИЯ ДУГИНОВА
Бильд-редактор НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВА
Верстка и препресс ВАСИЛИЙ СМИРНОВ

Контент-редактор СТАНИСЛАВ ЗЕЛЬВЕНСКИЙ («Афиша»)
Редактор отдела аналитики НИКОЛАЙ ЛАРИОНОВ
Редактор отдела статистики СВЕТЛАНА ПОЛИКАРПОВА
Редакторы отдела переводов АЛЕКСЕЙ МЕДВЕДЕВ, НАТАЛИЯ ПЫЛАЕВА
Корректор НАТАЛИЯ УЖИК
Системный администратор АНТОН МИНАКОВ
Программист РОМАН НЕСНОВ

Издатель ДМИТРИЙ ЛИТВИНОВ

Совет директоров
ДМИТРИЙ ЛИТВИНОВ
АЛЬБЕРТО ЛОПЕС (UK)
ЕКАТЕРИНА МЦИТУРИДЗЕ
НАТАЛЬЯ РОГАЛЬ
АНДРЕЙ ШИШКАНОВ

Управляющий директор КОНСТАНТИН АЛЕКСАНДРОВ
Директор по рекламе АЛЕКСЕЙ ГОРЕЛОВ
Управляющий директор ДАРЬЯ ХАВЧЕНКО (Украина)
Менеджер по рекламе МАРИЯ ШАБАНОВА
Главный бухгалтер ЕКАТЕРИНА ТИХОНОВА
Директор по производству СЕРГЕЙ РАСТЕГАЕВ
Менеджер по распространению АНАСТАСИЯ ХАНИНОВА
Директор по логистике РУСТАМ ЮНУСОВ

Editor-in-Chief CATHERINE MTSITOURIDZE

Art Director ILYA ZASLAVSKIY
Executive Secretary ANASTASIA DUGINOVA
Photo Editor NATALYA ALEXANDROVA
Design and Prepress VASILIY SMIRNOV

Content Editor STANISLAV ZELVENSKY («Afisha»)
Head of Analytics Department NIKOLAY LARIONOV
Head of Statistics Department SVETLANA POLIKARPOVA
Translation Editors ALEXEY MEDVEDEV, NATALIYA PYLAEVA
Proofreader NATALIYA UZHIK
System Administrator ANTON MINAKOV
Software Specialist ROMAN NESNOV

Publisher DMITRY LITVINOV

Board of Directors
DMITRY LITVINOV
ALBERTO LOPEZ (UK)
CATHERINE MTSITOURIDZE
NATALYA ROGAL
ANDREY SHISHKANOV

Managing Director KONSTANTIN ALEXANDROV
Advertising Director ALEXEY GORELOV
Managing Director DARIA HAVCHENKO (Ukraine)
Advertising Manager MARIA SHABANOVA
Head Accountant EKATERINA TIKHONOVA
Production Director SERGEY RASTEGAYEV
Distribution Manager ANASTASIA HANINOVA
Head of Logistics RUSTAM YUNUSOV

Variety Russia
выражает благодарность
Альберто Барбера
Гарегин Григорян
Герман Греф
Павел Гусев
Иван Демидов
Андрей Денисов
Вадим Дымов
Вадим Зингман
Сергей Иванов
Алексей Кудрин
Сергей Лавров
Валентина Матвиенко
Александр Медведев
Мирослав Мельник
Денис Молчанов
Дмитрий Орлов
Дмитрий Песков
Константин Ремчуков
Александр Роднянский
Виталий Савельев
Алексей Учитель
Вячеслав Фетисов
Константин Эрнст
Валентин Юдашкин

Авторы
Екатерина Барабаш
(«Интерфакс»)
Ксения Болецкая
Владимир Боровой
(«Коммерсантъ Деньги»)
Джилл Голдсмит
Ольга Гончарова
Питер Дебрюж
Адам Дотри
Никита Карцев
Джозеф Лизанти
Дейв МакНэри
Роберт Митчелл
Алексей Огарков
Кирилл Табаченко
Лесли Фелперин
Стив Чаголлан
Джастин Чанг
Лариса Юсипова
(«Известия»)

Переводчики
Александр Беляев
Анастасия Вишневская
Ольга Гринкруг
Сергей Козин
Заира Озова
Ирина Румянцева
Денис Соловьев-Фридман

Шрифты
Дмитрий Растворцев
Мария Скопина

Fonts
Dmitry Rastvortsev
Maria Skopina

Фотографы
Обложка: Рувен Афанадор
Corbis Outline / Fotosa.ru

Дмитрий Журавлев

Photographers
Cover: Ruven Afanador
Corbis Outline / Fotosa.ru

Dmitry Zhuravlev

Authors
Ekaterina Barabash
(Interfax)
Ksenya Boletskaya
Vladimir Borovoy
(Kommersant Dengi)
Jill Goldsmith
Olga Goncharova
Peter Debruge
Adam Daughrty
Nikita Kartsev
Joseph Lisanti
Dave McNary
Robert Mitchell
Alexey Ogarkov
Kirill Tabachenko
Leslie Felperin
Steve Chagollan
Justin Chang
Larisa Yusipova
(Izvestia)

Translators
Alexandr Belyaev
Anastasia Vishnevskaya
Olga Grinkrug
Sergey Kozin
Zaira Ozova
Irina Rumyantseva
Denise Soloviev-Fridmane

Variety Russia
would like to say thank you
Alberto Barbera
Garegin Grigoryan
German Gref
Pavel Gusev
Ivan Demidov
Andrey Denisov
Vadim Dymov
Vadim Zingman
Sergey Ivanov
Alexey Kudrin
Sergey Lavrov
Valentina Matvienko
Alexandr Medvedev
Miroslav Melnik
Denis Molchanov
Dmitry Orlov
Dmitry Peskov
Konstantin Remchukov
Alexandr Rodnyansky
Vitaly Savelyev
Alexey Uchitel
Vyacheslav Fetisov
Konstantin Ernst
Valentin Yudashkin

ADVERTISING

ПО ВОПРОСАМ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ ОБРАЩАТЬСЯ

GORELOV@VARIETYRUSSIA.COM
+7 985 761 5815
АЛЕКСЕЙ ГОРЕЛОВ

ПО ВОПРОСАМ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ СЕГМЕНТА КИНО ОБРАЩАТЬСЯ

ADV@VARIETYRUSSIA.COM
+7 967 021 4771
КОНСТАНТИН АЛЕКСАНДРОВ

Учредитель
ООО «Группа компаний «Планета Информ»
127051, Москва, Малый Сухаревский пер ,
д 9, стр 1, офис 36

Издатель
ООО «Взрайети Раша»
115093, Москва, Большая Серпуховская,
д 44, офис 19

Адрес редакции:
105064, Москва, Нижний Сусальный пер , д 5, стр 10
этаж 4, телефон: (495) 785 6282

Ежемесячный журнал Variety Russia (№7) октябрь 2012 года
Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор),
свидетельство ПИ № ФС77-48307 от 27 01.2012

Типография.
Oy Scanweb Ab,
Korjalankatu 27, 45101 Kouvola
Подписано в печать: 25.09 2012 Тираж 45 000

Отдел распространения:
e-mail sub@varietyrussia com, телефон +7 (495) 785 6282

Места распространения:
Cannes, France. MIPCOM; Los Angeles, USA: American Film Market
Россия рестораны Novikov Group (novikovgroup ru); рестораны холдинга GINZA PROJECT (ginzaproject ru);
рестораны GINZA PROJECT (г. Санкт-Петербург) «Терраса», «Мансарда»; магазины «Республика»;
танцевальные клубы Galla Dance (galladance ru); ресторан Clumba Club (clumba-club ru);
ресторан «Москафе» (mos-cafe ru); ресторан Ullham's (ullhams ru), ресторан «Шехтель»; Osteria Numero Uno;
кафе «Галерея»; клуб «Солянка»; ресторан «У Джузеппе»; Cafe Brocard, (цурцум)кафе, ресторан Kinki; White Cafe, бутик «Винный погребок»;
салоны красоты Jacques Dessanges; Moscow Country Club; отель «Астория» (г Санкт-Петербург);
МИД РФ;
кинокомпания «Двадцатый век Фокс СНГ»; кинокомпания «АМЕДИА»;
компания WALT DISNEY STUDIOS SONY PICTURES RELEASING (WDSSPR); группа компаний Star Media;
СТС Media; ТНТ-Телесеть; Телекомпания РЕН ТВ, Телеканал MTV Россия ; ТРК «Петербург – Пятый канал» (5 канал)
«ПрофМедиа» – информационно-издательский холдинг; Продюсерский центр Андрея Кончаловского

REED BUSINESS INFORMATION

Variety International
President Neil Stiles
Publisher Brian Gott
Editor-in-Chief Timothy M Gray
Director of Marketing Kimberley Hume
International Director Alberto Lopez

Los Angeles:
Advertising: 00 1 323 617 9275, editorial 00 1 323 617 9100
New York
Advertising: 00 1 646 746 7002, editorial 00 1 323 746 7001
London / Paris
Advertising / editorial 0 44 207 911 1701

ОПИН
Девелоперская группа

Ваш дом – Ваша гордость!

ПОБЕДИТЕЛЬ ПРЕМИИ ПОСЕЛОК ГОДА 2011

в номинации
«Девелопер года»

Скидки от 6 млн. рублей!
Ипотека! Рассрочка!

ПАВЛОВО

Новорижское шоссе,
14 км

Коттеджи, таунхаусы и комфортные квартиры в престижном поселке.

В непосредственной близости расположены уникальные для Подмосковья инфраструктурные объекты – торгово-развлекательный комплекс «Павлово Подворье» и Павловская гимназия.

Территория поселка благоустроена, огорожена и находится под круглосуточной охраной. Все коммуникации центральные. Дома в собственности.

221-00-11

Скидки от 5 млн. рублей!
Ипотека! Рассрочка!

МАРТЕМЬЯНОВО

Киевское шоссе,
27 км

Готовые дома и лесные участки в благоустроенном поселке. Выполнены ограждения участков в едином стиле, дороги, тротуары, освещение улиц.

Собственная инфраструктура: детские и спортивные площадки, прогулочные зоны и пр. Территория поселка огорожена и находится под круглосуточной охраной. Центральные коммуникации сданы, подведены к границе участков.

Отличная транспортная доступность.

221-22-33

Скидки от 150 000 у.е.!
Ипотека! Рассрочка!

ПЕСТОВО

Дмитровское шоссе,
22 км

Элитный коттеджный поселок на берегу Пестовского водохранилища, в окружении векового леса. На благоустроенной территории поселка располагается эко-парк, церковь.

Развитая инфраструктура: собственный яхт-клуб, набережная, причал для яхт, фитнес-центр, ресторан, минимаркеты и пр. Все коммуникации действующие, круглосуточная охрана.

Поселок полностью готов к проживанию.

ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ!

ПЕСТОВО life

Дмитровское шоссе,
23 км

Поселок бизнес-класса в 300 метрах от большой воды! 2-ая очередь знаменитого коттеджного поселка «ПЕСТОВО». Участки без подряда от 10 соток. Проект дома в подарок!

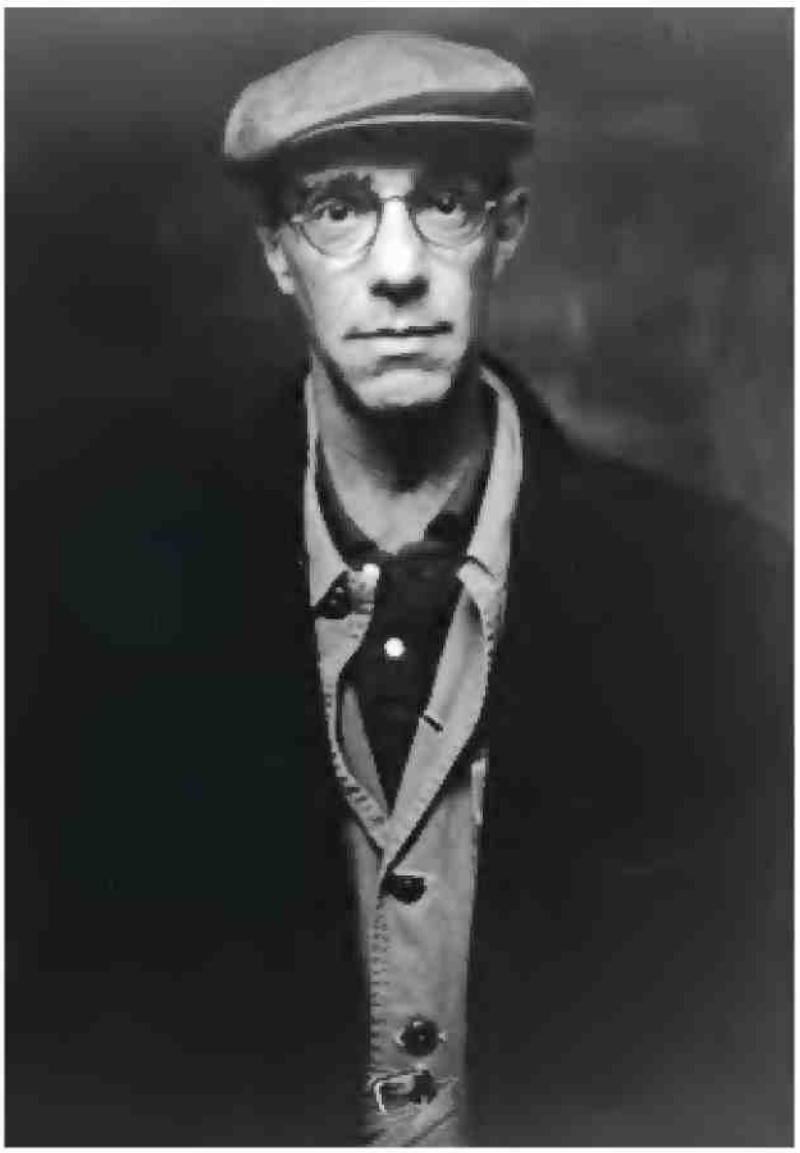
Центральные коммуникации. Готовая инфраструктура.

Победитель премии «Поселок года 2012» в номинации «Лучший поселок с участками без подряда»

221-22-44

www.opin.ru

на правах рекламы



С утра было ясное синее небо; собрал на пляже камни, вернулся и посадил лаванду в клумбу, а юкку – позади, отмечая границу.

Статья в Mail «Гей-Иисус: назревает скандал» привела ко мне толпу журналистов в поисках жареного. Они названивают Лоррейн, моему агенту, и Кейт, издателю «Военного реквиема». Я охладил их пыл.

Фильм выглядит неплохо. Посмотрел его и внес финальные исправления в закадровый голос.

Ужасный зуд продолжается. Принесли американский журнал Outweek с моей фотографией на обложке. Выгляжу неплохо – немного угрюмо, но для сорока семи вполне сойдет.

Статья в Outweek: «Джармен – один из самых недооцененных художников последнего десятилетия, особенно среди геев и лесбиянок». Ситуация в США выглядит поворотной, хотя, конечно, там у меня нет коммерческого успеха, что ставит меня в очень слабое положение. Статья о «Военном реквиеме», ВИЧ и сложностях с финансированием режиссера – открытого гея.

Если вы натурал, как Стивен Фрирз («Моя прекрасная прачечная», «Навострите ваши уши»), ситуация будет иной. Гей-фильмы отдают гетеросексуальным режиссерам, поскольку они кажутся более безопасными и коммерческими.

Хорошо ли это? Если гей-фильмы коммерческие, то больше фильмов на гей-тему получат финансирование – но увы, правда и обратное.

Зуд меня дико раздражает и портит настроение. Я не чувствую себя гонимым, однако мое положение всегда было не лучшим; исключая «Караваджо», у меня никогда не было стабильности в работе.

«Военный реквием» не принес мне радости, опустошив бесконечными болтливыми интервью, в которых работа исчезла под наплывом одних и тех же вопросов. Я закалил себя в те дни в Берлине – 30 интервью за два дня, а в перспективе еще больше.

Кино умирает? Уже умерло? В прошлом году вы сказали, что умираете.

В вопросе журналиста слышался упрек.

Этим вечером из Берлина специально для новостей культуры RAI – призрак на торжественном обеде!

Я забыл, с чего начал... если, конечно, вообще начинал; путь кино настолько ненадежен, что легко перепутать знаки – идти туда или сюда, пока не начнет подсказывать чутье. Мое чувство смятения достигло апогея, подстегнутое публичным заявлением о ВИЧ-инфекции. Теперь я больше не знаю, где центр, во мне или в умах моей аудитории. Реакция на меня изменилась. В ней есть элемент поклонения, который меня беспокоит. Возможно, я навлек его сам.

Дебора из Working Title спросила, почему я всегда такой счастливый. Потому что я самый везучий режиссер своего поколения, делал и делаю только то, что хочу. Сейчас, радостный мегаломан, я снимаю свою жизнь. Сделанные таким образом фильмы означают, что все остальные покажутся сфабрикованными; большинство режиссеров не умеют держать камеру, не говоря уже об авторучке. А претенциозность! Кто из них реально достоин уважения или хотя бы уважает себя сам? Тут нет Мастроянни или Бетт Дэвис, все они где-то еще.

Дерек Джармен «Современная природа», 1989

Эту книгу Джармен написал в 1989-м. К тому моменту он успел встряхнуть мир шедеврами «Себастьян», «Разговор с ангелами», «Караваджо», «На Англию прощальный взгляд», только что выпустил «Военный реквием» с Тильдой Суинтон, Натаниелем Паркером, Лоуренсом Оливье, в память об убитом накануне завершения Первой мировой солдате и поэте Уилфреде Оуэне, арию из оратории Бенджамина Бриттена в котором исполняет Галина Вишневская в сопровождении оркестра под управлением самого Бриттена. После реквиема он снял «Сад», «Эдуарда-2», «Витгенштейна», иронично резюмировал собственную жизнь в «Blue» и умер в 52.

Почему я его вспомнила сегодня? Из-за фальши. Ее стало больше чем обычно. Чересчур. Он ее ненавидел. Во всех отношениях. А мы смотрим кино, снятое с чужой подачи, с чужим посылом, с не своей болью, с мертворожденными эмоциями, с гнилыми амбициями, хитрой усмешкой проглядывающими сквозь каждый кадр. Разумеется, это не всех касается. Но таких меньше. Вопреки разговорам о заказе, надеемся, они выживут. Ах да, я, конечно, о нашем, так как в не нашем все намного лучше в этом столетии. В университете мы упивались Джарменом, голодные до ощущения свободы и непритворства. Похоже, выросли и чиновники. Английские чиновники. В этом номере Variety много про британскую киноиндустрию, сегодня одну из самых энергичных в мире. Мы не планировали. Так сложилось. Незадолго перед смертью в интервью New York Times ослепший Джармен сказал: «Можно просто сидеть и жалеть себя или выйти и попытаться сделать что-нибудь. Я выбрал второе». Добавить нечего. Он победил.

Е.М.

AFP / EAST NEWS

Почувствовать ярость

25-МЕТРОВЫХ ВОЛН

в ревущий шторм...

...теперь возможно с помощью

ВСЕГО 2-Х КОЛОНОК!

NEW **BOSE® LIFESTYLE® 235**

Домашняя развлекательная система

Новое слово в категории систем 2.1

Пришло время, когда от домашнего кинотеатра 2.1 можно ожидать большего. Благодаря накопленному опыту компании Bose в построении систем 2.1 появились на свет новые громкоговорители GEMSTONE ES, с которыми звучание стало более прозрачным, глубоким и захватывающим, чем у какой-либо выпускавшейся до этого системы Bose с двумя колонками. При этом интегрированная в систему эксклюзивная технология Unify объединит все Ваши источники в единый центр развлечений с простым и понятным управлением. Послушайте LIFESTYLE 235 и раскройте для себя огромный потенциал звучания систем категории 2.1 от Bose.

Система доступна в чёрном и белом цветах

Требуйте демонстрации!
Убедитесь в преимуществах!

www.bose.ru

BOSE
Better sound through research.

РЕКЛАМА

V REVIEW

CLOUD ATLAS

САМАЯ ПРОТИВОРЕЧИВАЯ И ВАЖНЕЙШАЯ ИЗ СЮЖЕТНЫХ ЛИНИЙ – ИМЕННО ОНА СПЛЕТАЕТ ВОЕДИНО ВСЮ КАНВУ ПОВЕСТВОВАНИЯ – РАЗВОРАЧИВАЕТСЯ В 2144 ГОДУ В НОВОМ СЕУЛЕ, ГОРОДЕ С ЧЕТКИМ СОЦИАЛЬНЫМ РАССЛОЕНИЕМ, НАВЕВАЮЩЕМ ВОСПОМИНАНИЯ О «БЕГУЩЕМ ПО ЛЕЗВИЮ» («BLADE RUNNER», 1982), В КОТОРОМ КЛОНИРОВАННЫЕ РАБОЧИЕ СЛУЖАТ СВОИМ ХОЗЯЕВАМ. В ПРОКАТЕ С 1 НОЯБРЯ.

56

V INTERVIEW

FRENCH CONNECTION

ЖОЭЛЬ ШАПРОН:
ВО ФРАНЦИИ ЕСТЬ ОТНОШЕНИЕ К КИНО, КОТОРОЕ НАЧИНАЕТСЯ С РАННЕГО ВОЗРАСТА. У НАС 5500 ЭКРАНОВ, И НЕТ НИ ОДНОГО КИНОТЕАТРА, ГДЕ БЫ ТЫ НИ ЖИЛ, ХОТЬ В ГОРАХ, КОТОРЫЙ СТОЯЛ БЫ ДАЛЬШЕ ЧЕМ В 35 КМ ОТ ЖИЛОГО ДОМА.

В ОКТЯБРЕ В НЕСКОЛЬКИХ РОССИЙСКИХ ГОРОДАХ СОСТОИТСЯ ФЕСТИВАЛЬ ФРАНЦУЗСКОГО КИНО, ОРГАНИЗОВАННЫЙ КОМПАНИЕЙ «ЮНИФРАНС». ЕКАТЕРИНА МЦИТУРИДЗЕ ВСТРЕТИЛАСЬ С ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ «ЮНИФРАНС» В РОССИИ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ ЖОЭЛЕМ ШАПРОНОМ, ЧТОБЫ ВЫЯСНИТЬ, ПОЧЕМУ ФРАНЦУЗСКАЯ МОДЕЛЬ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОКАТА КИНО СЧИТАЕТСЯ СОВЕРШЕННОЙ И ЧТО МЕШАЕТ РОССИЙСКИМ ВЛАСТЯМ ПРИМЕНИТЬ ЕЕ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ.

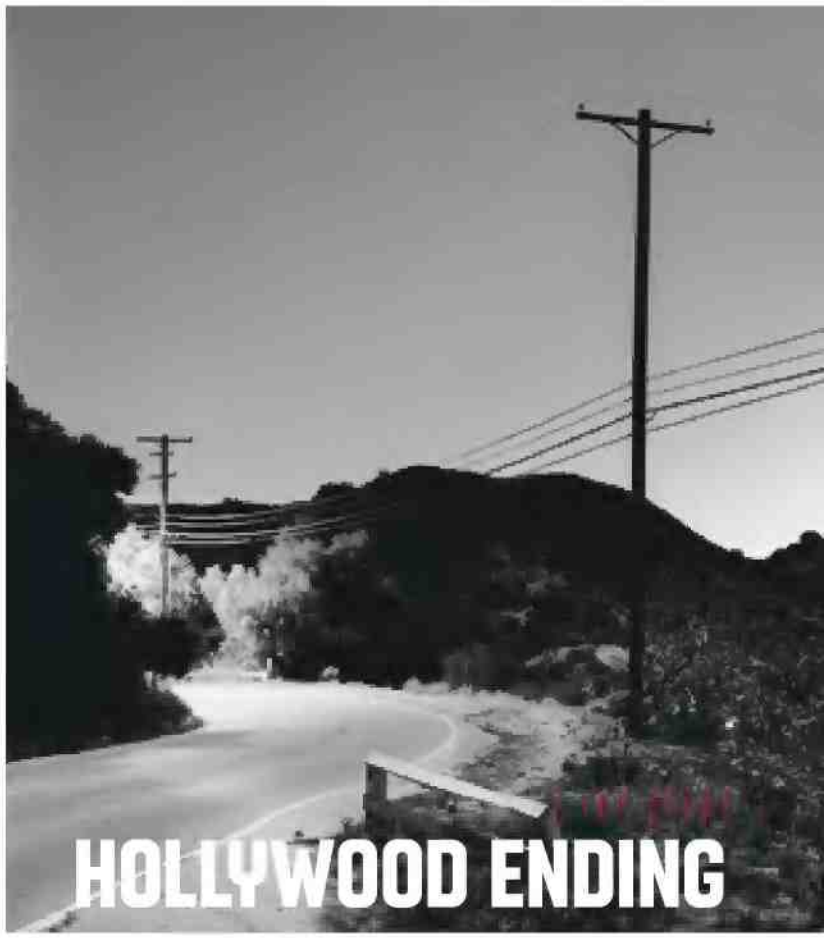
50

V EXPECTS

FINAL CUT

В ГОРКАХ-9 СОСТОЯЛСЯ СОВЕТ ПО КИНО, НА КОТОРОМ ДЕБЮТИРОВАЛИ НЕСКОЛЬКО НОВЫХ ЧЛЕНОВ, НАПРИМЕР, ПРЕМЬЕР ДМИТРИЙ МЕДВЕДЕВ, ЗАММИНИСТРА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕРГЕЙ БЕЛЯКОВ И МИНИСТР КУЛЬТУРЫ ВЛАДИМИР МЕДИНСКИЙ. ПОСЛЕДНИЙ ВЫСТУПИЛ С ДВУМЯ ВОПРОСАМИ, С ЕГО ТОЧКИ ЗРЕНИЯ, СПОСОБНЫМИ ОЗДОРОВИТЬ КЛИМАТ В НАШЕЙ КИНОИНДУСТРИИ: ОТМЕНА НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ В КИНОПРОКАТЕ И ВВЕДЕНИЕ КВОТЫ НА РОССИЙСКОЕ КИНО. БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ ЭТОМУ, КСЕНИЯ БОЛЕЦКАЯ НА МЕСТЕ ВЫЯСНЯЛА У УЧАСТНИКОВ ПРОЦЕССА.

14



HOLLYWOOD ENDING

В КОНЦЕ ОКТЯБРЯ В ЛОС-АНДЖЕЛЕСЕ ОТКРОЕТСЯ ЕЖЕГОДНЫЙ КИНОРЫНОК AFM. ИМЕННО ЗДЕСЬ ПРОДАЕТСЯ И ПОКУПАЕТСЯ ВСЕ ТО, ЧТО БУДЕТ ВОСХИЩАТЬ, РАЗВЛЕКАТЬ И РАЗОЧАРОВЫВАТЬ ЗРИТЕЛЕЙ ВО ВСЕМ МИРЕ В БЛИЖАЙШИЕ ДВА ГОДА. ЧАСТО ФИЛЬМЫ ПОКУПАЮТ НА УРОВНЕ СЦЕНАРИЯ. ПОСЛЕДНИЙ ЯРКИЙ ПРИМЕР – «ГОЛОДНЫЕ ИГРЫ», ПРОДАННЫЕ ВО МНОГИЕ СТРАНЫ ЕЩЕ НА ЭТАПЕ ИДЕИ ЭКРАНИЗАЦИИ. ПЕРЕД ТЕМ КАК УЙТИ В БИЗНЕС-ТУР, VARIETY ВСПОМИНАЕТ ЛЮБИМЫЙ ГОРОД НА РАССТОЯНИИ.

CONTENT

SLANGUAGE

ПОЛЕЗНЫЕ СЛОВА НА БУКВУ I

с. 10

V LINE-UP

SOUNDS GOOD

ПРЕМИЯ ЗА ЛУЧШИЙ САУНДТРЕК ГОДА

В ЮНОЙ КОРЕЕ

ОСОБЕННОСТИ ПУСАНСКОГО КИНОФЕСТИВАЛЯ

с. 12

V LINE-UP

ИНДИ-ПУДИНГ

ДЕЛИКАТЕСЫ МЕЖДУНАРОДНОГО КИНОФЕСТИВАЛЯ 2-IN-1

LONDON EYE

ВЗГЛЯД НА ЛОНДОНСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ КИНОФЕСТИВАЛЬ

с. 13

V EXPECTS

FINAL CUT

КСЕНИЯ БОЛЕЦКАЯ О НОВЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ ГОСПОДДЕРЖКИ

с. 14

V FEED BACK

BREATH IN VENICE
TORONTINO

ИТОГИ КИНОСМОТРОВ В ВЕНЕЦИИ И В ТОРОНТО

с. 18

V TOP STORY

HOLLYWOOD ENDING

В ГОРОД АНГЕЛОВ С ЧЕРНОГО ХОДА

с. 20

V CAL

ОКТЯБРЬ

ГЛАВНЫЕ СОБЫТИЯ КИНОБИЗНЕСА

с. 26

V INTERVIEW

FRENCH CONNECTION

ЖОЭЛЬ ШАПРОН О РОССИЙСКО-ФРАНЦУЗСКОЙ ДРУЖБЕ

с. 50

V REVIEW

«ОБЛАЧНЫЙ АТЛАС», «МАСТЕР», «ПЬЕТА», «Я ТОЖЕ ХОЧУ»

И ДРУГИЕ ЗАПОМНИВШИЕСЯ ФИЛЬМЫ ОСЕННИХ ФЕСТИВАЛЕЙ

с. 54

V MIPCOM SPECIAL

RUSSIA: VOD AGAINST PIRASY

В ПРЕДДВЕРИИ MIPCOM

с. 58

V CONGRATS

VAREITY ПОЗДРАВЛЯЕТ ДРУЗЕЙ

С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ

с. 62

BUSINESSBLOCK

V BOX OFFICE

BO 15

МИРОВОЙ КОНТИНЕНТАЛЬНЫЙ ПРОКАТ

КАССОВЫЕ СБОРЫ ЗА СЕНТЯБРЬ

с. 30

V BUSNESS NEWS

MOUSE

ЗАОБЛАЧНЫЕ ДИВИДЕНДЫ DISNEY

HELP

ВОЗРОЖДЕНИЕ СТУДИИ TWICKENHAM

MONEY TALKS

РЕЙТИНГ ЗВЕЗД ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

с. 34

V DEALS

ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИЙ РЫНОК КИНОПОКАЗА КОНСОЛИДИРУЕТСЯ

ПОЛЬСКАЯ МОДА

АВТОРСКОЕ КИНО В МУЛЬТИПЛЕКСЕ ВРОЦЛАВА

с. 36

V RANKING

БРИТАНИКА

УРОКИ БРИТАНСКОГО КИНОБИЗНЕСА

с. 38

V MARKET

СРЕДНИЙ КЛАСС

БУМ НЕЗАВИСИМЫХ БОЕВИКОВ В США

с. 42

V TV ADS

РОССИЯ-2012. РЕКЛАМНАЯ ПЛОЩАДЬ

ВЛАДИМИР БОРОВОЙ О НОВОЙ СТРУКТУРЕ РЕКЛАМНОГО РЫНКА В РОССИИ

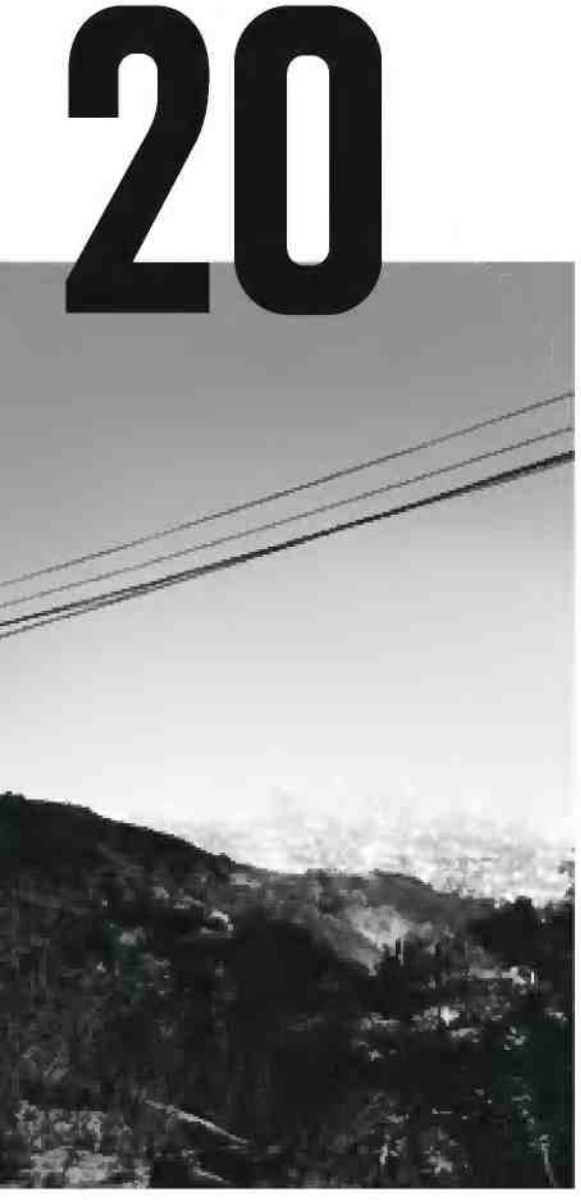
с. 44

V TV LINE-UP

ПО-ВЗРОСЛОМУ

ОЛЬГА ГОНЧАРОВА О СТАРТЕ СЕЗОНА 2012/2013 НА РОССИЙСКОМ ТВ

с. 46



РИА «НОВОСТИ»

SLANGUAGE

VARIETY ПРОДОЛЖАЕТ ПУБЛИКОВАТЬ СЛОВАРЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТЕРМИНОВ, КОТОРЫЕ МОЖНО ВСТРЕТИТЬ В ЖУРНАЛЕ С 1905 ГОДА

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ – INFOPIKE, INDIE, ITALO,
И ДРУГИЕ ВАЖНЫЕ СЛОВА НА БУКВУ I

IN THE CAN

(проф.) – букв. «в коробке для кинопленки», выражение означает, что режиссер доволен отснятым дублем, или что работа над фильмом завершена, и он скоро выйдет на экран.

INDIE

независимый фильм, режиссер, продюсер или телеканал.

ICER

ледовое шоу.

IFP

независимый художественный фильм.

INFOPIKE

информационная супермагистраль – глобальная сеть, объединяющая интернет, телевидение, спутниковое вещание и другие информационные технологии.

IMA

Институт музыкальных искусств.

INK

подписать контракт.

INTV

Ассоциация независимых телевизионных станций.

IMPRESARIO

(проф.) – антрепренер.

ITALO

итальянский.

ВСТРЕЧАЕМ НОВЫЙ ГОД

вместе с героями произведений Ильфа и Петрова в «Москоу Кантри Клаб».

«Заседание продолжается. Лед тронулся...»

Сокровища Мадам Петуховой ждут Вас!

MOSCOW COUNTRY CLUB

Golf Resort

При бронировании в период с 01 октября по 30 ноября 2012г. двудневный новогодний пакет от 60 000 рублей

Отдел Бронирования
+7(495) 937 6700, 626 5911
reservations@mcc.co.ru
www.moscowclountryclub.ru

п. Нахабино
Красногорский район
Московская область

на правах рекламы

«Москоу Кантри Клаб» благодарит партнеров гольф-сезона 2012 за поддержку клубных турниров

JAGUAR | LAND ROVER | ПАРЛАМЕНТ

Sounds good

ЛАУРЕАТЫ ПРЕМИИ WSA БУДУТ ОБЪЯВЛЕНЫ 20 ОКТЯБРЯ В РАМКАХ 12-ГО ГЕНТСКОГО КИНОФЕСТИВАЛЯ. НА ПРЕМИЮ СРАЗУ В ДВУХ КАТЕГОРИЯХ ПРЕТЕНДУЮТ 5 КОМПОЗИТОРОВ КИНО.

5 композиторов – Александр Деспла (Alexandre Desplat), Джон Уильямс (John Williams), Говард Шор (Howard Shore), Альберто Иглесиас (Alberto Iglesias) и Клифф Мартинес (Cliff Martinez) – номинированы сразу в двух категориях премии World Soundtrack Awards от Международной академии саундтреков.

Плодовитый Деспла номинирован за музыку к фильмам «Лучшая жизнь» («A Better Life»), «Резня» («Carnage»), «Ржавчина и кость» («Rust and Bone»), «Жутко громко и запредельно близко» («Extremely Loud and Incredibly Close»), «Королевство полной луны» («Moonrise Kingdom»). За последние пять лет он уже четыре раза получал премию WSA в номинации «Лучший кинокомпозитор года». Музыка Деспла к «Мартовским идам» («The Ides of March») номинирована на «Лучшую музыку к фильму».

Уильямс был номинирован за музыку к двум фильмам Спилберга (Steven Spielberg): «Боевой конь» («Warhorse») и «Приключения Тинтина» («The Adventures of Tintin»); последний заявлен в категории «Лучшая музыка к фильму».

Номинацию Шору принесла музыка к двум фильмам Дэвида Кроненберга (David Cronenberg): «Опасный метод» («A Dangerous Method») и «Космополис» («Cosmopolis»). Еще одна его лента – «Хранитель времени» («Hugo») – поборется в номинации «Лучшая музыка к фильму».

Мартинес претендует на звание лучшего композитора за ленту «Заражение» («Contagion»), а в номинации «Лучшая музыка к фильму» – его музыка к фильму «Драйв» («Drive»).

Иглесиас номинирован как лучший композитор за музыку к фильмам «Монах» («The Monk») и «Кожа, в которой я живу» («The Skin I Live In») Педро Альмодовара (Pedro Almodovar), в категории «Лучшая музыка к фильму» представлена его лента «Шпион, выйди вон!» («Tinker, Tailor, Soldier, Spy»).

Номинантов определят 300 членов Международной академии саундтреков, в которую входят известные композиторы, главы звукозаписывающих компаний и другие представители киноиндустрии.

Стив Чаголлан

В Южной Корее

ПУСАНСКИЙ КИНОФЕСТИВАЛЬ ОХВАТЫВАЕТ ТЕ САМЫЕ ОТДАЛЕННЫЕ ТЕРРИТОРИИ, ФИЛЬМЫ С КОТОРЫХ ТРАДИЦИОННО ВЫЗЫВАЮТ ВОСТОРГ КИНОМАНОВ ВСЕГО МИРА. А МЕСТНЫЙ КИНОРЫНОК СЧИТАЕТСЯ ПЕРВЫМ В АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОМ РЕГИОНЕ.

«Новые течения» (New Currents) 17-го Международного кинофестиваля в Пусане

111 ДЕВУШЕК (111 GIRLS) 2012, ИРАК. РЕЖИССЕРЫ НАХИД ГОБАДИ, БИДЖАН ЗМАНПИРА

Роуд-муви, сообщающее всему миру о страданиях курдского народа. Президент Ирана получает от 111 курдских девушек письмо с требованием обеспечить их мужьями: в противном случае они грозятся совершить массовое самоубийство.

36 (36) 2012, ТАИЛАНД. РЕЖИССЕР НАВАПОЛ ТАМРОНГРАТТАНАРИТ

Сай работает на киностудии и отбирает локейшн для съемок. Экспериментальная картина Навапола Тамронграттанарита (ура, у режиссера имя длиннее, чем у Апичатпонга Вирасетакуна) состоит из 36 статичных планов, рассказывающих о том, как в цифровую эру хранятся воспоминания.

ЯВЛЕНИЕ (APPARITION) 2012, ФИЛИППИНЫ. РЕЖИССЕР ВИНСЕНТ САНДОВАЛ

Действие фильма о вере, мужестве и чувстве вины, происходит в 1971 года, во времена всевластия филиппинского президента Фердинанда Маркоса. Две послушницы – сестра Лурд и сестра Рут – попадают в горный монастырь, расположенный вдали от мирского хаоса.

ФАТАЛЬНЫЙ (FATAL) 2012, ЮЖНАЯ КОРЕЯ. РЕЖИССЕР ДОНКУ ЛИ

«Фатального» можно считать микробюджетной (снятой всего за 3 млн вон – $2,7 тыс.) версией грандиозной «Поэзии» Ли Чан Дона. 28-летний главный герой терзается чувством вины по поводу изнасилования, в котором он участвовал еще в школе.

ФИЛЬМИСТАН (FILMISTAAN) 2012, ИНДИЯ. РЕЖИССЕР НИТИН КАККАР

«Фильмистан» – черная комедия о том, как кинематограф помогает людям понемногу начать понимать друг друга под угрозой терроризма. Санни подвизается в Болливуде, с трудом зарабатывая себе на жизнь. Он нанимается в американскую группу документалистов.

КАЯНИ (KAYAN) 2012, ЛИВАН, КАНАДА. РЕЖИССЕР МАРИАМ НАДЖАФИ

Разведясь с мужем, Ханин открыла ливанский ресторанчик под названием «Каяни». Ей приходится несладко: выручки с трудом хватает на содержание двух дочерей и арендную плату. Единственным человеком, способным все это понять, оказывается новый посетитель, который явно испытывает к ней интерес.

ГОРОД КИТОВ (THE TOWN OF WHALES) 2012, ЯПОНИЯ. РЕЖИССЕР КЕЙКО ЦУРУОКА

Во время летних каникул Маки получает пакет персиков от человека, который знал ее давно исчезнувшего брата. Она решает отыскать его и отправляется в Токио вместе с подругами. Отчасти история взросления, отчасти – сказка странствий с открытым финалом: что ждет девушек впереди, остается в тумане.

ВМЕСТЕ (TOGETHER) 2012, ТАЙВАНЬ. РЕЖИССЕР ЧАО ДЖЕН ХСУ

Вокруг 17-летнего школьника Сяо Яна все испытывают любовные страдания. Герои фильма обыкновенные люди: никаких сверхъестественных проблем семья Сяо Яна не испытывает. Но их истории кажутся абсолютно жизненными – вероятно, из-за того, что Хсу спускает любовь из царства грез на землю.

ПРИКОСНОВЕНИЕ СВЕТА (TOUCH OF THE LIGHT) 2012, ТАЙВАНЬ. РЕЖИССЕР ЧАН ДЖУНЦЗИ

Пять лет прошло с тех пор, как Чан привлек к себе всеобщий интерес короткометражным «Концом туннеля» («The End of the Tunnel»). Теперь он выпускает «Прикосновение света» – полнометражную версию той же самой истории, основанной на событиях, произошедших в реальной жизни со слепым пианистом Юсяном (Yuhsiang).

ТВОЕ ВРЕМЯ ВЫШЛО (YOUR TIME IS UP) 2012, ЮЖНАЯ КОРЕЯ. РЕЖИССЕР СУНГ ХЁН КИМ

Это яркая драма о братстве и мести. Ее главный герой, юный бездельник, проматывает деньги, которые взял в долг у брата. Тот откровенно недоволен и ждет возврата долга. «Твое время вышло» – не менее сильный конкурсант, чем прошлогодняя корейская «Промозглая ночь».

Инди-пудинг

19–22 октября в Москве пройдет международный фестиваль 2-in-1.

Фильм открытия – «Охота» («The Hunt») Томаса Винтерберга. В программе: американские независимые, «украинские злые», ретроспектива Кена Расселла. «Легче верблюду пройти через игольное ушко, чем плохому фильму попасть на 2-in-1», – почти всерьез утверждает программный директор фестиваля Алексей Медведев.

ОСТАНОВКА НА ПЕРЕГОНЕ (STOPPED ON TRACK) 2012, ГЕРМАНИЯ, ФРАНЦИЯ. РЕЖИССЕР АНДРЕАС ДРЕЗЕН
Мужчина прощается с женой и детьми, родителями, бывшей любовницей – со всеми, кто был частью его жизни. Приз программы «Особый взгляд» на Каннском фестивале.

МУЗЕЙНЫЕ ЧАСЫ (MUSEUM HOURS) 2012, АВСТРИЯ, США. РЕЖИССЕР ДЖЕМ КОЭН
Известный музей Вены выступает в фильме не как архаичное хранилище исторических артефактов, но как некий таинственный перекресток, где герои исследуют собственную жизнь.

ПОЛЕВАЯ ДОРОГА (HAY ROAD) 2012, ПОРТУГАЛИЯ, ФИНЛЯНДИЯ. РЕЖИССЕР РОДРИГО АРЕЙАС
Действие фильма происходит в 1908–1910 годах в Португалии, где процветает коррупция, где госчиновники грабят и убивают невинных.

ВОСПОМИНАНИЯ СМОТРЯТ НА МЕНЯ (MEMORIES LOOK BACK AT ME) 2012, КИТАЙ. РЕЖИССЕР ФАН СУН
Фан возвращается в Нанкин, к родителям. Время идет, разговоры кружатся вокруг былого. В фильме снялись члены семьи режиссера. Продюсер картины Цзя Джанке.

ПОСЛЕДНЯЯ «СКОРАЯ ПОМОЩЬ» СОФИИ (SOFIA'S LAST AMBULANCE) 2012, БОЛГАРИЯ, ХОРВАТИЯ, ГЕРМАНИЯ. РЕЖИССЕР ИЛИАН МЕТЕВ
В двухмиллионном городе тринадцать экипажей «скорой помощи». Красси, Мила и Пламен не похожи на героев: они безостановочно курят, шутят и спасают жизни, несмотря ни на что. Единственный документальный фильм в конкурсе.

АВГУСТИНА (AUGUSTINE) 2012, ФРАНЦИЯ. РЕЖИССЕР АЛИС ВИНОКУР
Париж, зима 1885-го. Профессор Шарко изучает истерию в больнице Питье-Сальпетриер. Его любимой подопытной и звездой публичных лекций по технике гипноза становится 19-летняя Августина.

ЭКСПЕРИМЕНТ «ПОВИНОВЕНИЕ» (COMPLIANCE) 2012, США. РЕЖИССЕР КРЕЙГ ЗОБЕЛ
В один безумный день, когда посетителей в фастфудном ресторанчике слишком много, а бекона слишком мало, раздается телефонный звонок: офицер полиции обвиняет кассиршу в краже денег у клиента. Шокирующий фильм, основанный на реальных событиях.

ОТСРОЧКА (THE DELAY) 2012, УРУГВАЙ, МЕКСИКА, ФРАНЦИЯ. РЕЖИССЕР РОДРИГО ПЛА
У Августина проблемы с памятью, а его дочь Мария за всеми присматривает, мало спит, слишком много работает. Новая виртуозная работа одного из ведущих мексиканских режиссеров.

London eye

Лондонский фестиваль, скромно не претендующий на класс А, стал одним из главных must be в киноиндустрии.

«Семь психопатов», «После Люсии», «Нет» и другие достойные фильмы в конкурсе этого года. В параллельных программах пять российских картин – «Жить» Василия Сигарева, «Завтра» Андрея Грязева, «В тумане» Сергея Лозницы, «Рассказы» Михаила Сегала и «Это не я» Марии Саакян.

ПОСЛЕ ЛЮСИИ (AFTER LUCIA) 2012, МЕКСИКА. РЕЖИССЕР МИШЕЛЬ ФРАНКО
Стремясь начать все сначала, отец и дочь меняют место жительства, но все больше отдаляются друг от друга.

ПАТРУЛЬ (END OF WATCH) 2012, США. РЕЖИССЕР ДЭВИД ЭЙЕР
Они были лучшими копами Лос-Анджелеса, но однажды парни залезли в самое логово преступного мира города и сами превратились в мишень.

СЕМЬ ДНЕЙ (EVERYDAY) 2012, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ. РЕЖИССЕР МАЙКЛ УИНТЕРБОТТОМ
Карен пытается совместить повседневные дела с работой за барной стойкой в местном пабе и растит четверых детей, пока их отец отбывает срок.

ЗАПОЛНИТЬ ПУСТОТУ (FILL THE VOID). 2012, ИЗРАИЛЬ. РЕЖИССЕР РАМА БУРШТЕЙН
Шира, младшая дочь в семье из ортодоксальной хасидской общины Тель-Авива, выходит замуж. Внезапная смерть погружает семью в траур, и брак откладывается. Игра Хадас Ярон (Hadas Yaron) увенчалась Кубком Вольпи за лучшую женскую роль Венецианского кинофестиваля.

БОМБА (GINGER AND ROSA) 2012, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ. РЕЖИССЕР СЭЛЛИ ПОТТЕР
История двух девочек-подростков, одна из которых хочет участвовать в демонстрациях протеста против распространения ядерного оружия, а другая больше интересуется мальчиками.

В ДОМЕ (IN THE HOUSE) 2012, ФРАНЦИЯ. РЕЖИССЕР ФРАНСУА ОЗОН
Разочаровавшись в своих учениках, учитель благоволит лишь мальчику, сидящему на последней парте и сильно выделяющемуся на фоне остальных.

ЭТО БЫЛ СЫН (IT WAS THE SON) 2011, ИТАЛИЯ, ФРАНЦИЯ. РЕЖИССЕР ДАНИЕЛЬ ЧИПРИ
В пригороде Палермо, где жизнь отравлена бандами, как в «Гоморре», в перестрелке гибнет девочка. Правительство обещает семье (главу которой, отца-старьевщика, великолепно играет Тони Сервильо/Tony Servillo) крупную компенсацию.

ЭРУДИЦИЯ (LORE) 2012, ГЕРМАНИЯ, АВСТРАЛИЯ, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ. РЕЖИССЕРР КЕЙТ ШОРТЛАНД
Фильм основан на втором сюжете из романа Рейчел Сейфферт (Rachel Seiffert) «Темная комната» («The Dark Room»), финалиста «Букера». Родители девочки-подростка Лоры – эсэсовцы. Когда их арестовывают союзники, Лора и ее братья и сестры отправляются через разрушенную Германию в Гамбург к бабушке.

ДЕТИ ПОЛУНОЧИ (MIDNIGHT'S CHILDREN) 2012, КАНАДА, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ. РЕЖИССЕР ДИПА МЕХТА
Трагикомическая судьба Салема Синая, рожденного в полночь индийской независимости, охватывает историю и политические события Индии XX века.

НЕТ (NO) 2012, ЧИЛИ, США, МЕКСИКА. РЕЖИССЕР ПАБЛО ЛАРРЕЙН
«Нет» – это один из двух вариантов ответа на вопрос «Должен ли Аугусто Пиночет остаться у власти?» в 1988-м.

РЖАВЧИНА И КОСТЬ (RUST AND BONE) 2012, ФРАНЦИЯ, БЕЛЬГИЯ. РЕЖИССЕР ЖАК ОДИАР
Али остается один без жилья и без денег со своим пятилетним сыном и перебирается в Антиб к сестре. Драка в ночном клубе сталкивает его со Стефани, дрессировщицей косаток (Марион Котийяр/Marion Cotillard).

СЕМЬ ПСИХОПАТОВ (SEVEN PSYCHOPATHS) 2012, США, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ. РЕЖИССЕР МАРТИН МАКДОНАХ
Непутевый писатель теряет вдохновение и волею случая с дружками втягивается в похищение собаки. Это любимый пес местного гангстера.

Final cut

В ГОРКАХ-9 В РЕЗИДЕНЦИИ ПРЕМЬЕРА МЕДВЕДЕВА СОСТОЯЛСЯ СОВЕТ ПО КИНО, НА КОТОРОМ ДЕБЮТИРОВАЛИ НЕСКОЛЬКО НОВЫХ ЧЛЕНОВ, НАПРИМЕР, ЗАММИНИСТРА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕРГЕЙ БЕЛЯКОВ И МИНИСТР КУЛЬТУРЫ ВЛАДИМИР МЕДИНСКИЙ. ПОСЛЕДНИЙ ВЫСТУПИЛ С ДВУМЯ ВОПРОСАМИ, С ЕГО ТОЧКИ ЗРЕНИЯ, СПОСОБНЫМИ ОЗДОРОВИТЬ КЛИМАТ В НАШЕЙ КИНОИНДУСТРИИ: ОТМЕНА НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ В КИНОПРОКАТЕ И ВВЕДЕНИЕ КВОТЫ НА РОССИЙСКОЕ КИНО. БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ ЭТОМУ, КСЕНИЯ БОЛЕЦКАЯ НА МЕСТЕ ВЫЯСНЯЛА У УЧАСТНИКОВ ПРОЦЕССА.

Отечественное кино очень сильно зависит от государства. Это данность, с которой живут как чиновники, режиссеры и продюсеры, так и в конечном итоге зрители. Подавляющее большинство российских фильмов, которые выходят на широкий экран, сделаны с одобрения чиновников.

Так, фильм может получить субсидию от Министерства культуры, средства на производство или прокат от фонда кино, льготный кредит от госбанка. Такой банк может просто «подарить» продюсеру деньги как спонсор, так же может поступить госкомпания. Наконец, государственный телеканал может профинансировать производство фильма, внеся авансовый платеж за права на телепоказ. Канал может бесплатно промотировать картину – делать бесплатные анонсы или репортажи со съемок и премьеры. Бывает и такое – школам негласно рекомендуют водить на «нужные» сеансы целые классы. Хотя последнее можно считать редкими «перегибами на местах».

В общем, вариантов государственного участия в процессе производства и выхода фильма на экран множество. И уж наверняка такая огромная госмашина имеет четкий план действий по развитию отечественной киноиндустрии: как сделать российское кино лучшим в мире. План может быть плохим или хорошим, но он должен быть. Правильно? Может, его от нас скрывают?

Нет, на самом деле единого плана государственной поддержки кино нет. Каждый год на его поддержку из бюджета выделяются миллиарды рублей, а плана нет.

Вспомним, как поменялась система господдержки за последние пару лет. До конца 2009 года всеми деньгами на кино распоряжался Минкульт. Он по собственному хотению и велению раздавал примерно сотне фильмов в год около $1 млн. Несомненно, министерство профинансировало в 2005–2009 годах пару десятков очень удачных картин – те, что собрали большую кассу, и те, что взяли призы международных фестивалей. Но множество фильмов, получивших от чиновников деньги, вообще не вышли на экраны или, более того, не были закончены. Публично министерство отчитывалось только о распределенных суммах, но не о том, как их потратили продюсеры и что из этого вышло.

История закончилась не очень приятно – творцы пожаловались «наверх», что получают деньги на производство только в обмен на откаты (никого, впрочем, на этом не застукали), в министерство с проверкой пришла Счетная палата. В своем отчете аудиторы написали, что не могут определить ущерб, нанесенный бюджету сотрудниками министерства, поскольку большая часть документов по финансированию фильмов отсутствует. Как неофициально признался мне тогда в кулуарах один из аудиторов: «Такого бардака мы прежде не видели ни в одном министерстве».

При этом доля отечественного кино в 2009 году резко упала. С этим нужно было срочно что-то делать. Тогда в ноябре 2009 года был впервые созван правительственный совет по поддержке отечественной кинематографии. На нем было решено, что вместо Минкульта деньги на массовое кино начнет распределять специальный фонд кино. Принципиальное нововведение – деньги стали выделять не на отдельные фильмы, а крупнейшим кинокомпаниям, а те самостоятельно могут распределять их между своими проектами. И главное – деньги выделяются на возвратной основе, а не безвозмездно, как прежде. Чиновников убедили, что главная причина кризиса в отечественном кино – отсутствие денег или неправильное их распределение.

Фактически получалось следующее: вместо того чтобы размазывать деньги тонким слоем по сотне фильмов, государство вкладывает средства в крупнейшие кинокомпании, которые умеют делать кино, благодаря такому вливанию они ставят на ноги всю киноиндустрию. При этом часть

вложенных денег лидеры возвращают в фонд, поддержка государства уменьшается и со временем прекращается вообще. Подразумевалось, что лидеры получают карт-бланш по содержанию картин. Казалось бы, вполне понятная идея – государство фактически становится для киноиндустрии инвестором с очень комфортными условиями финансирования и очень длинным периодом возврата средств.

Но со своей стратегией в качестве инвестора правительство тогда так и не определилось. Какой должна быть доля русского кино? Насколько ежегодно уменьшается госфинансирование? Когда государство вообще перестанет тратить деньги на кино и «выходит из проекта»?

Многие продюсеры вообще предпочли не услышать, что через какое-то время останутся без господдержки. А часть из них и вовсе взбунтовалась, что должна возвращать какую-то существенную часть от выданных государством денег. Продюсеры сразу вспомнили, что кино – очень рискованный бизнес, и никто не может гарантировать фильму кассу. В 2010 году чиновники и продюсеры сошлись на возврате ничтожных 5% от доли фонда в доходах картины. Только в этом году главе фонда Сергею Толстикову удалось добиться увеличения размера возврата. И только недавно лидерам поставили четкую задачу по доле их фильмов в прокате, пригрозив в противном случае уменьшить финансирование.

Значит, теперь у нас есть план господдержки и стратегия развития отрасли? Боюсь, нет.

Убедиться в этом довольно просто – на последнем совете по поддержке кино его члены выступали кто в лес, кто по дрова. Новый премьер Дмитрий Медведев вообще, казалось, забыл, что задачу увеличить долю русского кино в прокате поставили перед лидерами, которые и получают господдержку. У Медведева крайними стали кинотеатры. Он вспомнил, что кинотеатры получили льготу по НДС в том числе и для того, чтобы развивать отечественное кино. Кинотеатры эту задачу не выполняют, заявил премьер, и если доля русских фильмов в этом году не вырастет, то этой льготы их стоит лишить. Да, конечно, кинопрокат в России – огромный многомиллиардный бизнес, и вряд ли какая другая розница может похвастаться такими льготами по НДС. Но как именно кинотеатры оказались виноватыми в том, что зрители не смотрят русское кино, Медведев не объяснил. Может быть, проблема в том, что кинотеатры скрывают часть кассы (продюсеры постоянно обвиняют их в этом), а если продажи билетов начнут облагаться налогом, махинации со сборами станут уголовным преступлением? Но единый кинобилет так и не заработал, а лучшего механизма контроля, чем налоговая инспекция, в нашей стране не придумано. О логике премьера остается только догадываться.

С легкой руки зачеркнул все сделанное и не сделанное предшественниками новый министр культуры Владимир Мединский. Его идеальная схема поддержки кино выглядит как разработка сценариев чиновниками, государственный заказ фильмов, их съемки только на территории России и квотирование проката. Буквально: «Добро пожаловать в СССР!» Главное для Мединского – не экономические успехи фильмов, а идеологические заслуги.

Во-первых, министр настаивает, чтобы схема финансирования киноиндустрии была заменена госзаказом конкретных фильмов. Кроме того, государство должно иметь право определять тематику и тональность картин, которые финансирует, заявил министр. После совета министр пояснил, что никто не потребует от продюсеров согласовывать сценарий, но общую тематику чиновники имеют право одобрить или нет. «Ни о каком возврате к советской системе Госкино речь не идет», – настаивал в разговоре с журналистами Мединский, но в чем различие – так и не объяснил. Сценаристом может стать само министерство, предложил он: будут заказывать у драматургов истории, выкупать на них права и договариваться с продюсерами о съемках.

Мединский согласился с премьером, что можно отменить льготу по НДС для кинотеатров, хотя он полагает, что это приведет к повышению цен на билеты. «Идея с квотированием кино мне нравится больше», – заявил он на совете.

Продюсеров и режиссеров от таких речей взяла оторопь.

На прошлом совете чиновники уже предложили ввести для отечественной кинематографии собственный этический кодекс по аналогии с кодексом Хейса, который действовал в Голливуде с 30-х по 60-е. Как объяснил тогдашний премьер Владимир Путин, в таком случае у отечественного киноискусства появится «достойная содержательная миссия». Добавить к этим словам, пожалуй, нечего.

Теперь получается, помимо морали и этики, продюсерам предлагают обучиться идеологии и пропаганде.

С одной стороны, государство в своем праве: раз оно финансирует фильмы, получается – может определять, что на свои деньги хочет получить. Такие вполне себе рыночно-денежные отношения. Инновационного характера. Как говорит режиссер и продюсер Джаник Файзиев, никого же не смущает, что в Голливуде студия, которая финансирует фильм, утверждает не только сценарий, но и режиссера, и главных актеров. Интересный комментарий.

С другой стороны, никто не ждет от чиновников ничего хорошего в производстве фильмов. Хотя бы по двум причинам. Первая – чиновники не снимают кино и не умеют этого делать. Как же тогда они смогут выбирать сценарии и определять, какой фильм понравится зрителям, какой – нет? Это и у профессиональных продюсеров далеко не всегда получается. И вторая – хороший режиссер и продюсер снимает кино для зрителя, хороший чиновник – в интересах государства. Для любого «рожденного в СССР» очевидно, что эти вселенные практически не пересекаются.

Мединский предлагает вернуться даже не в СССР, а в послевоенные годы, когда Сталин объявил о новой политике в отношении фильмов, говорит продюсер Александр Роднянский, чиновники тогда стали единственными, кто определял, что происходит в кино, и жестко это контролировали. А это уже абсолютно авторитарная, не рыночная система.

При таком раскладе продюсеры могут отправляться на пенсию, а за режиссеров все решит государство. И за зрителей – тоже.

Беру свои слова обратно – лучше бы киноиндустрии остаться без плана действий, чем работать по старой доброй плановой экономике.

Владимир Мединский
Из книги «Война. Мифы СССР. 1939–1945»
Второе издание. Москва: ОЛМА Медиа Групп, 2012

«Сталин кино любил. Любил посмотреть, любил пообсуждать. Любил видеть на экране себя любимого. Только вот когда война закончилась и, казалось, жить бы теперь всем да радоваться, каждый выходной – ходить в кино, Сталин почему-то взял, да и «секвестировал», словами Чубайса, советскую киноиндустрию. Людей пачками увольняли с киностудий, отправляли на стройки и на производство. Наступило «время малокартинья». В 1946 году на экраны вышло 23 новых фильма, в 1948-м – 15 картин, в 1950-м – 13, а в 1951 – и вовсе только 9. Думаю, секретов «малокартинья» два. Про «важнейшее из всех искусств» Ленин распорядился четко: часть фильмов – для пропаганды, часть развлекательные – для дохода казны. Трофейные были развлекательными. Эту нишу Сталин теперь считал заполненной, тем более – без всяких расходов. Одни только доходы. Красота! Советские – снимались для политики, и много их, на взгляд Сталина, не требовалось. Второй ответ лежит скорее в плоскости домыслов. Мне кажется, что советское кино, так правильно им самим устроенное, в результате Хозяину *разонравилось*. И ведь вроде все хорошо, а... нехорошо. Без творческой свободы даже такое промышленное искусство, как кинематограф, приобретает механические черты. Полета нет. Кстати, абсолютно то же самое произошло и в гитлеровской Германии. И Сталин обиделся на любимую игрушку – советское кино – и повел себя как ребенок – взял да выбросил... Точнее – забросил куда-то подальше на чердак».

ВОПРОС НА МИЛЛИОН

ЧТО ПРОИЗОЙДЕТ, ЕСЛИ ЧИНОВНИКИ НАЧНУТ УТВЕРЖДАТЬ ТЕМАТИКУ И ТОНАЛЬНОСТЬ ФИЛЬМОВ, КОТОРЫЕ ФИНАНСИРУЮТСЯ ИЗ ГОСБЮДЖЕТА?

РОМАН БОРИСЕВИЧ

Продюсер, компания «Коктебель»

Я эту фразу министра серьезно не воспринял. Мне кажется, на том совещании вообще было много всего сказано в виде шутки. Другой версии у меня нет. Это и воспринимать всерьез нельзя, и осуществить нереально. Больше всего мне запомнились две вещи: про госзаказ и про обязательство тратить все деньги, полученные от государства, на территории РФ. Что произойдет, если эти идеи все-таки воплотятся в жизнь? Все может быть. Наша страна полна неожиданностей. И как раз если относиться к ним с юмором, пережить их гораздо легче.

СЕРГЕЙ СЕЛЬЯНОВ

Продюсер, компания СТВ

Предложенная Мединским система – всем знакомый советский подход к кино. И все знают, как малоэффективно тематическое планирование. На таких открытых рынках, как сейчас, невозможно работать приказным порядком. Советское кино и голливудское похожи в том смысле, что это такое мифологическое кино. И поскольку сейчас в России национальной идеи нет, чиновники пытаются придать хоть какую-то осмысленность государственной политике. В том числе через кино. Про капитализм они ничего не поняли, вот и действуют более привычными методами.

У продюсера самое ценное – это права. Какой мне смысл работать по чужим сценариям, права на которые мне не принадлежат? Около 90% своего времени я трачу на разработку проектов, и даже после двух лет работы далеко не каждый из них становится фильмом. Как Министерство культуры сможет собственными силами создавать сценарии для 40 фильмов в год? Два сценария в год – это максимум возможного.

АЛЕКСЕЙ УЧИТЕЛЬ

Режиссер, продюсер, студия Rock Films

Господдержка должна осуществляться с упором на дебюты. Министерству надо думать не над тем, как контролировать тональность и содержание фильмов (что практически невозможно), а над тем, как объективно оценить сценарии, которые подаются на конкурс. Государство дает огромные деньги на кино, в то время как большинство кинематографистов выпускает слабую продукцию, как с технической точки зрения, так и с точки зрения сюжета. Система госзаказа имеет право на жизнь. Из всех фильмов, в которых доля госденег составляет 50–60%, десять вполне могут быть сделаны в рамках госзаказа. Дать тему, объявить конкурс, например, к 200-летию Бородинской битвы. Получить десять сценариев и выбрать из них один. Другое дело, что нужно доверять творцам. Не вмешиваться в процесс.

За границей меня часто спрашивают, есть ли у вас цензура, контролируют ли вас власти? Я отвечаю, что я работал еще и в советские времена, и вот тогда у меня было много казусных ситуаций, когда чиновники пытались корежить мои картины. Но после этого за почти 20-летний период ни разу ни на одном фильме больше никто и никогда мне не говорил, что я должен что-то подправить – ни в сценарии, ни в уже готовом фильме. Надеюсь, я этого не испытаю и впредь.

АНДРЕЙ СИГЛЕ

Продюсер, компания ProLine Film

Подобную инициативу можно рассмотреть как некое желание ввести цензуру. С другой стороны, я считаю, и об этом давно говорит и Александр Сокуров, должно быть госрегулирование кинематографа. В смысле ограничения сцен насилия, сексуального характера. Крови и мата на экране все больше, и в обществе тоже. Достаточно парадоксально выглядит госфинансирование кинематографа, которому не хватает литературного языка для выражения мыслей. Не все в порядке в нашем сообществе. Эпатаж, жестокость, желание выделиться ударами ниже пояса сегодня преобладает. Кроме того, огромное количество фильмов, финансируемых из госбюджета, просто не выдерживает никакой критики. И государство именно в этой части имеет право спрашивать с людей, которым оно дает деньги. Этому принципу нужно следовать не только на этапе производства, но и позже, во время поддержки фильма в прокате. Чтобы она оказывалась только картинам высокого качества, обладающим определенными художественными достоинствами. Я бы даже не побоялся сказать – художественно-идеологическими. При этом никто ведь не запрещает производить фильмы на собственные средства. Более того, здесь надо жестко биться как раз за то, чтобы люди, которые тратят свои деньги, высказывались именно так, как они хотят.

АЛЕКСЕЙ ГЕРМАН-МЛАДШИЙ

Режиссер, сценарист

Мы пытаемся скопировать голливудскую систему с ее ненавязчивой пропагандой американского образа жизни, но при этом забываем о неизбежных отрицательных эффектах такого переноса идей. Снятые в Голливуде фильмы оперируют либо реальностью, либо мифами из детства. У нас невозможно взять для русского аналога фантомных героев, зритель им не будет сопереживать – он не узнает в этом кино свою жизнь. Например, государство предложит снять картину о героях-полицейских. В Голливуде в таких историях работает пара антагонистов «хороший полицейский – плохой полицейский». У нас продюсер, работающий по госзаказу, испугается даже допустить в фильме мысль о коррупции. А ведь мы с вами в жизни сталкиваемся с очень разными сотрудниками полиции. В сюжет идеального полицейского-героя наши зрители не поверят. Если же говорить о нашей мифологии, то она вся осталась в СССР.

Я не уверен, что возможно формулировать сверху тему для Звягинцева или Сокурова? Фильмы таких режиссеров – исключительно авторское высказывание. Долю русских картин можно увеличить только в открытой конкуренции идей и проектов, за счет финансирования фильмов молодых сценаристов и режиссеров. Регламентациями тут ничего не добиться.

АЛЕКСАНДР РОДНЯНСКИЙ

Продюсер, компания AR Films

Меньше фильмов, но лучшего качества, полный государственный контроль над кинопроцессом, съемки только на территории страны – все это в России уже было. Это политика, объявленная Сталиным после войны. Эпоха, которую мы знаем как «малокартинье».

В такой системе продюсеру места нет, вместо него существует одно государство. Если мы хотим жить так, давайте честно скажем, что это авторитарная, а не рыночная система. В СССР такие «политические» фильмы еще собирали зрителей, но сейчас, при открытых границах, в условиях рыночной конкуренции товаров, такой подход не сработает. В России уже победил совсем другой мир.

ДЖАНИК ФАЙЗИЕВ

Режиссер, продюсер

Для начала стоит отметить, что Мединский никак не конкретизировал озвученную идею. Но, конечно же, все мы боимся, что чиновники начнут нам навязывать – как снимать фильмы. Конечно, кто платит, тот и музыку заказывает, но я надеюсь, что времена государственной идеологии в кино уже прошли. Эта система не породила ничего позитивного.

Поэтому идея министра и была встречена сразу в штыки. Это говорит такой «голос предков» знакомых с советской системой. Вряд ли эта идея будет реализована на практике в таком виде, в каком была озвучена.

АНДРЕЙ КОНЧАЛОВСКИЙ

Режиссер, продюсер, Продюсерский центр Андрея Кончаловского

Фраза министра культуры вполне естественна. Он хочет подчинить себе деньги госбюджета, которые идут на кинематограф. Любой начальник в России хочет все контролировать. Вот и он в этом видит свою задачу. Но это ничего не изменит.

Возьмите опыт Советского Союза – тогда действительно был госзаказ. Например, снимались огромные картины про космос. Но и «Сибириада» тоже была госзаказом, понимаете? И сегодня, если реализовать идею с госзаказом, фильмы не станут ни хуже, ни лучше. Проблема в другом. Количество денег, которые государство выделяет сегодня на производство фильмов, просто смехотворно. Особенно если учесть, что российский рынок принадлежит не России, а голливудским мейджорам. Пока у нас не будет собственного рынка, не произойдет никаких изменений в российском кино. Без зрителя кино мертво. Поэтому какой бы ни был госзаказ, пока государство не выделит реальные средства на продвижение фильмов на русский рынок, любую картину ждет ничтожная жизнь.

ЛЕОНИД ВЕРЕЩАГИН

Продюсер, студия «Три Тэ»

С моей точки зрения, государство вправе определять тематику тех фильмов, которые снимаются по его заказу. Тем более что Министерство культуры намерено проводить конкурс сценариев по объявленным темам. Это должно обеспечить не только социальную значимость, но и художественное качество таких фильмов.

На запуске надо поддерживать именно художественно значимое кино, только из него уже по готовности может получиться социально значимый фильм. Сама по себе тема – «громко заявленная», «нужная», «важная» – не может служить гарантией хорошего результата, необходимо еще сделать фильм на качественном уровне.

СЕРГЕЙ ТОЛСТИКОВ

Исполнительный директор фонда кино

Невозможно применить госзаказ тотально ко всем фильмам. Государство могло бы заказывать фильмы по каким-то отдельным темам – например, о полицейских или обороне страны.

СЕРГЕЙ ЛИВНЕВ

Продюсер, компания «Леополис»

Возможно ли, что государство будет определять тональность и тематику фильмов, которые оно финансирует? У них все возможно. Дурное дело-то не хитрое. Но вообще, это попахивает каким-то 1970 годом. Я считаю, что это абсурд. Не знаю, какие тут могут быть еще точки зрения.

С экспертами беседовали Ксения Болецкая, Никита Карцев

НОВЫЙ КОНЦЕРТНЫЙ СЕЗОН
CINEMAEMOTION
LED ZEPPELIN
QUEEN
FATBOY SLIM*
И НЕ ТОЛЬКО...
www.CinemaEmotion.ru

Breath in Venice

ПРИЗЫ ОСНОВНОГО КОНКУРСА 69-ГО ВЕНЕЦИАНСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО КИНОФЕСТИВАЛЯ (VIFF)

ВЕНЕЦИАНСКИЙ КИНОФЕСТИВАЛЬ В ЭТОМ ГОДУ ОБЗАВЕЛСЯ КИНОРЫНКОМ, ЧТО НЕ ПОМЕШАЛО ЕМУ ОТМЕТИТЬ ПРИЗАМИ СОВСЕМ НЕ РЫНОЧНЫЕ, А ВОВСЕ ДАЖЕ ХУДОЖЕСТВЕННО ВОЗВЫШЕННЫЕ ФИЛЬМЫ.

О лучших из них читайте в разделе Review. Что касается российского присутствия в Венеции, оно не прошло незамеченным. Фильм Алексея Балабанова «Я тоже хочу» вошел в число лидеров по количеству скачиваний (40 раз) в электронной библиотеке кинорынка, официальным партнером которого с этого года стала компания Роскино.

«ЗАПОЛНИТЬ ПУСТОТУ»

«РАЙ: ВЕРА»

«ЗОЛОТОЙ ЛЕВ СВЯТОГО МАРКА» ЗА ЛУЧШИЙ ФИЛЬМ
«**Пьета**» («Pieta»), режиссер Ким Ки Дук. Южная Корея, 2012

«СЕРЕБРЯНЫЙ ЛЕВ СВЯТОГО МАРКА» ЛУЧШЕМУ РЕЖИССЕРУ
Пол Томас Андерсон, «Мастер» («The Master»). США, 2012

СПЕЦПРИЗ ЖЮРИ ФИЛЬМУ «Рай: вера» («Paradies: Glaube»), режиссер Ульрих Зайдль. Австрия, Франция, Германия, 2012

«КУБОК ВОЛЬПИ» ЛУЧШЕМУ АКТЕРУ Филип Сеймур Хоффман, Хоакин Феникс, «Мастер» («The Master»), режиссер Пол Томас Андерсон. США, 2012

«КУБОК ВОЛЬПИ» ЛУЧШЕЙ АКТРИСЕ Хадас Ярон, «Заполнить пустоту» («Lemale et ha'halal»), режиссер Рама Бурштейн. Израиль, 2012

ПРИЗ МАРЧЕЛЛО МАСТРОЯННИ ЛУЧШЕМУ МОЛОДОМУ АКТЕРУ ИЛИ АКТРИСЕ Фабрицио Фалко, «Спящая красавица» («Bella addormentata»). Франция, Италия, 2012 и **Даниель Чипри, «Это был сын»** («È stato il figlio»). Италия, 2011

ПРИЗ ЗА ЛУЧШИЙ СЦЕНАРИЙ Оливье Ассайяс, «Что-то в воздухе» («Après mai»), режиссер Оливье Ассайяс. Франция, 2012

Toronto

ПРИЗЫ ОСНОВНОГО КОНКУРСА 37-ГО МЕЖДУНАРОДНОГО КИНОФЕСТИВАЛЯ В ТОРОНТО (TIFF)

КИНОФЕСТИВАЛЬ В ТОРОНТО ПРОШЕЛ МЕНЕЕ ОЖИВЛЕННО, ЧЕМ В ПРОШЛОМ ГОДУ, НО БОЛЬШИНСТВО ОСКАРОВСКИХ КАРТИН ПО-ПРЕЖНЕМУ БУДЕТ ИМЕННО С ЭТОЙ ПОЛЯНЫ.

«Мастера» и «Пьету» забрала к себе Венеция, зато «Петля времени» и «Облачный атлас», которые украсят, очевидно, не одну номинацию предстоящего «Оскара», задали тон всему фестивалю. В связи с тем, что у Венеции появился кинорынок, американцы, а именно они обеспечивают Торонто актуальность, наверняка в следующий раз сделают свой ход.

«ДЕВОЧКА ПО ВЫЗОВУ»

«СЕМЬ ПСИХОПАТОВ»

ПРИЗ ЗРИТЕЛЬСКИХ СИМПАТИЙ В НОМИНАЦИИ «ВЫБОР НАРОДА» (PEOPLE'S CHOICE) «Мой парень – псих» («Silver Linings Playbook»), режиссер Дэвид Рассел. США, 2012

ГЛАВНЫЙ ПРИЗ В ОБЛАСТИ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО КИНО «Артефакт» («Artifact»), режиссер Бартоломео Куббинс. США, 2012

ПРИЗ ЗА ЛУЧШИЙ КАНАДСКИЙ ФИЛЬМ «В любом случае Лоуренс» («Laurence Anyways»), режиссер Ксавье Долан. Канада, Франция, 2012

ПРИЗ ФИПРЕССИ «Девочка по вызову» («Call Girl»), режиссер Микаэл Марсимейн. Швеция, 2012

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРИЗ ФИПРЕССИ «В доме» («Dans la maison»), режиссер Франсуа Озон. Франция, 2012

ПРИЗ ЗРИТЕЛЬСКИХ СИМПАТИЙ В НОМИНАЦИИ «ПОЛУНОЧНОЕ БЕЗУМИЕ» (PEOPLE'S CHOICE BEST MIDNIGHT MADNESS FILM) «Семь психопатов» («Seven Psychopaths»), режиссер Мартин МакДонах. Великобритания, 2012

INFINITI

НОВЫЙ INFINITI FX.
МОЩЬ В КАЖДОМ ИЗГИБЕ

Ребра новой решетки радиатора отточены,
словно лезвия для рассечения встречных потоков воздуха.
Фары прищурены и ничего не упускают из виду.
Корпус подтянут и напряжен, как у хищника перед прыжком.

Двигатели V6 – 3,7 л, 333 л. с., V8 – 5,0 л, 400 л. с.
Теперь и дизель V6 – 3,0 л, 238 л. с.

ЧТО НУЖНО, ЧТОБЫ СТАТЬ ПЕРВЫМ?
INFINITI FX VETTEL EDITION – ЭКСКЛЮЗИВНО 50 АВТОМОБИЛЕЙ.
УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ НА VIP-ЛИНИИ: **8 800 100 40 80**

Inspired Performance

Сила вдохновения

АвтоСпецЦентр
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР INFINITI

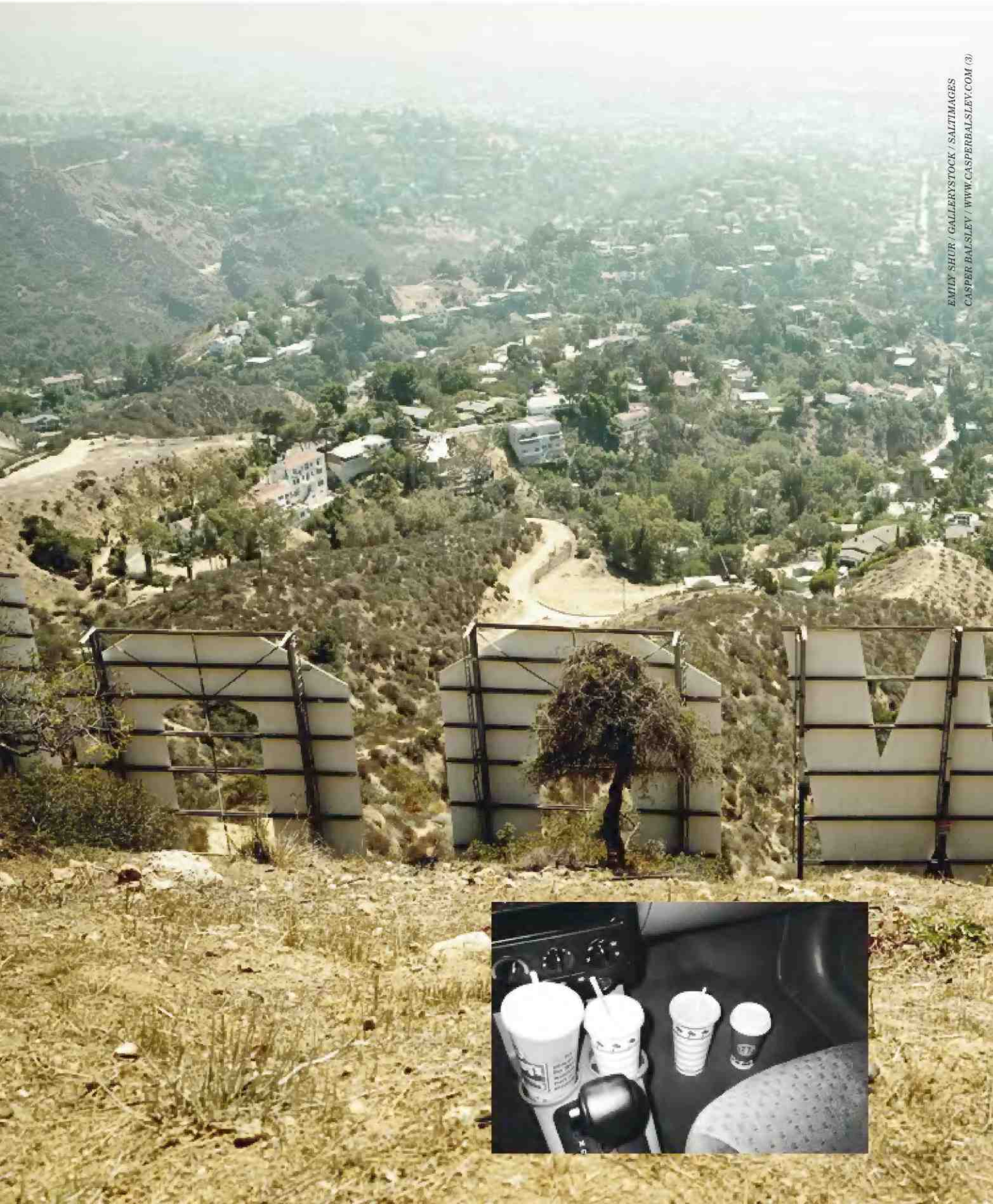
+7 (495) 755 77 11

5,75%. Удовольствие с комфортом по программе Infiniti Finance.*
Больше информации об Infiniti Finance: **8 800 700 5282**

АвтоСпецЦентр на Ленинском. г. Москва, Ленинский пр-т, 107
АвтоСпецЦентр Химки. МО, г. Химки, Ленинградское шоссе, 1,5 км от МКАД

* Затраты покупателя между указанной ставкой и ставкой 11,5% в кредитном договоре компенсируются соразмерным снижением цены на автомобиль. Кредит предоставляется ЗАО ЮниКредит Банк (ген. лицензия №1 ЦБ РФ). Прочие условия договора: валюта – рубли РФ; первоначальный взнос – от 20% стоимости автомобиля; срок кредита – 1 год; заемщик ежегодно оплачивает КАСКО от ущерба, хищения и угона; кредит погашается ежемесячно равными (аннуитетными) платежами; неустойка – 0,5% в день от суммы просроченной задолженности. Предложение «5,75% годовых» действительно до 30.09.2012 на все автомобили Infiniti. Условия и тарифы действительны на 15.08.2012 и могут быть изменены в одностороннем порядке. Дополнительная информация: 8-800-700-52-82 (звонок по РФ бесплатный) или на www.infiniti.ru.

TOP STORY



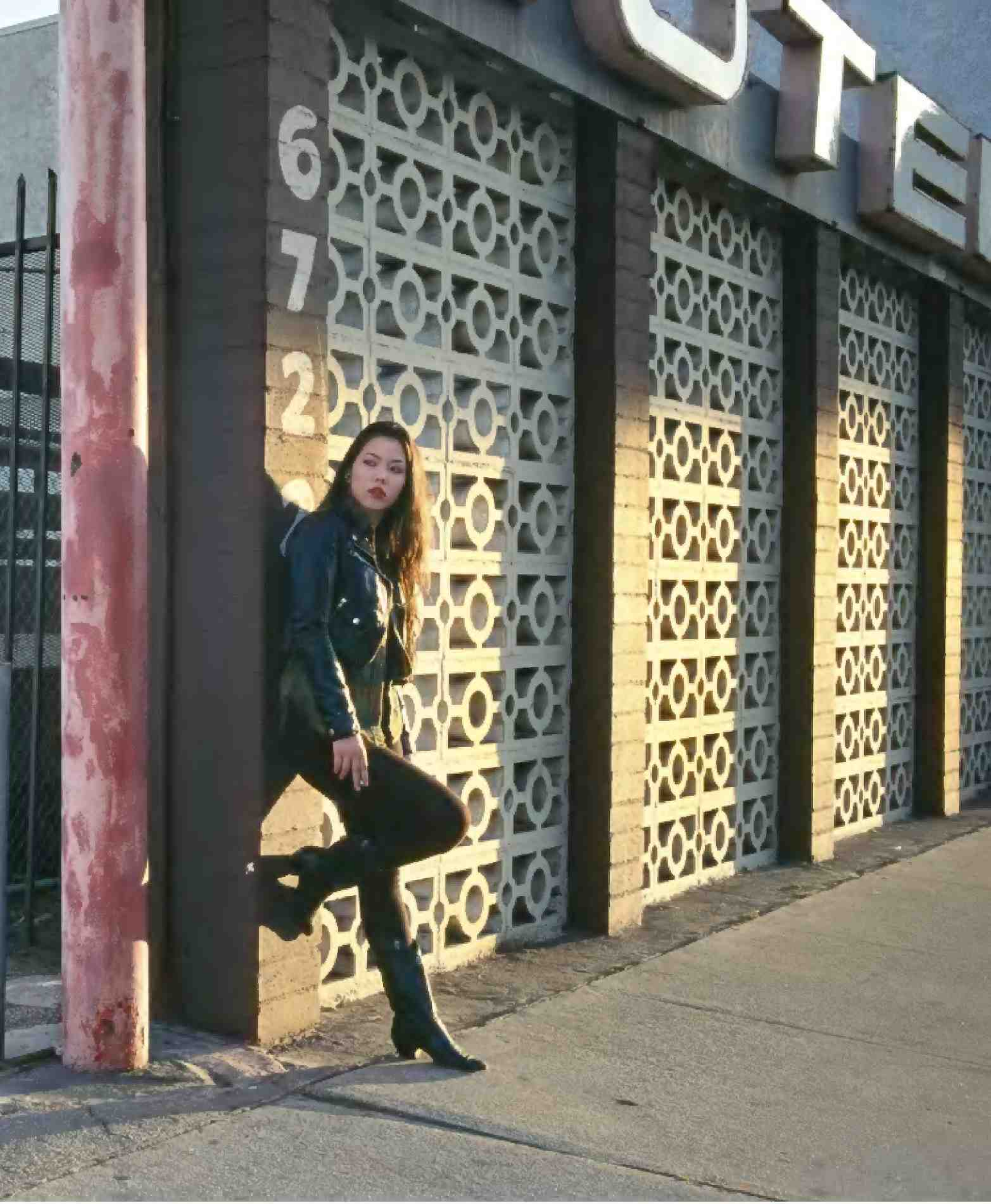
EMILY SHUR / GALLERYSTOCK / SALTIMAGES
CASPER BALSLEV / WWW.CASPERBALSLEV.COM (3)

Hollywood ending

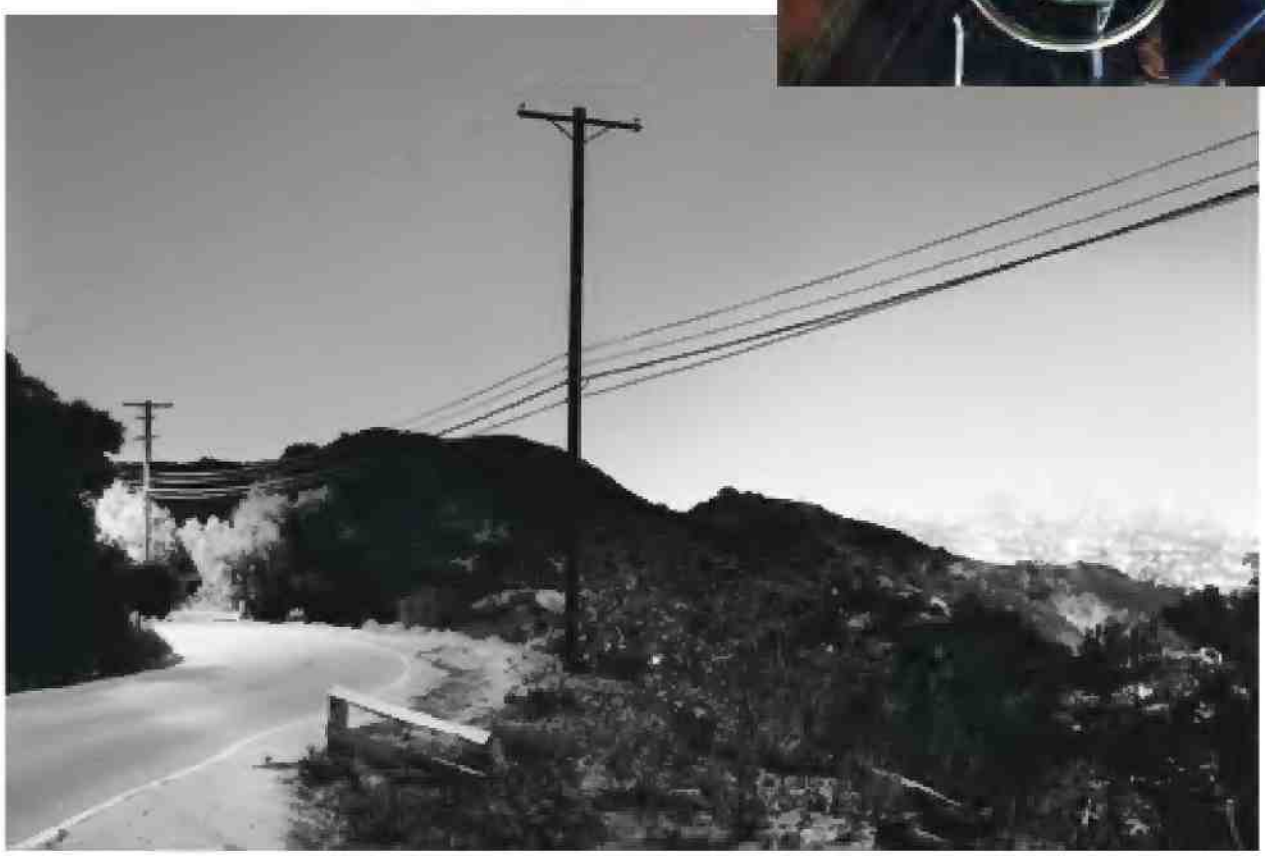
В КОНЦЕ ОКТЯБРЯ В ЛОС-АНДЖЕЛЕСЕ ОТКРОЕТСЯ ЕЖЕГОДНЫЙ КИНОРЫНОК AFM. ИМЕННО ЗДЕСЬ ПРОДАЕТСЯ И ПОКУПАЕТСЯ ВСЕ ТО, ЧТО БУДЕТ ВОСХИЩАТЬ, РАЗВЛЕКАТЬ И РАЗОЧАРОВЫВАТЬ ЗРИТЕЛЕЙ ВО ВСЕМ МИРЕ В БЛИЖАЙШИЕ ДВА ГОДА. ЧАСТО ФИЛЬМЫ ПОКУПАЮТ НА УРОВНЕ СЦЕНАРИЯ. ПОСЛЕДНИЙ ЯРКИЙ ПРИМЕР – «ГОЛОДНЫЕ ИГРЫ», ПРОДАННЫЕ ВО МНОГИЕ СТРАНЫ ЕЩЕ НА ЭТАПЕ ИДЕИ ЭКРАНИЗАЦИИ. ПЕРЕД ТЕМ КАК УЙТИ В БИЗНЕС-ТУР, VARIETY ВСПОМИНАЕТ ЛЮБИМЫЙ ГОРОД НА РАССТОЯНИИ.

V

CRISSE, 6722 SUNSET BLVD 2010, © LISE SARFATI, YOSSI MILO GALLERY, NY
LISE SARFATI / WWW.LISESARFATI.COM CASPER BALSLEV / WWW.CASPERBALSLEV.COM (2)



TOP STORY



GRAHAM MILLER / WWW.GRAHAMMILLER.COM.AU. CASPER BALSLEV / WWW.CASPERBALSLEV.COM (2)

Брэд Питт

ограбление казино

НОМИНАЦИЯ
НА «ЗОЛОТУЮ ПАЛЬМОВУЮ ВЕТВЬ»
КАННСКОГО КИНОФЕСТИВАЛЯ 2012 Г.

фильм Эндрю Доминика

по культовому бестселлеру

Ричард Дженкинс Джеймс Гандольфини
Рэй Лиотта Скут МакНэйри Бен Мендельсон

PLAN B CHOCKSTONE INFERNO

ФИЛЬМ ЗАПРЕЩЕН К ПРОСМОТРУ ЛИЦАМ ДО 18 ЛЕТ

Календарь 2012

01.10 – 06.10.2012

«ВОСТОК & ЗАПАД. КЛАССИКА И АВАНГАРД»
МЕЖДУНАРОДНЫЙ КИНОФЕСТИВАЛЬ

Оренбург, Россия

02.10 – 07.10.2012

2MORROW/«ЗАВТРА»
МЕЖДУНАРОДНЫЙ КИНОФЕСТИВАЛЬ

Москва, Россия

03.10 – 12.10.2012

AMFEST
ФЕСТИВАЛЬ АМЕРИКАНСКОГО КИНО

Москва, Россия

04.10 – 13.10.2012

BUSAN IFF
МКФ В ПУСАНЕ

Пусан, Корея

08.10 – 11.10.2012

ASIAN FILM MARKET
МЕЖДУНАРОДНЫЙ КИНОРЫНОК В ПУСАНЕ

Пусан, Корея

08.10 – 11.10.2012

MIPCOM
МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК АУДИОВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА

Канн, Франция

12.10 – 21.10.2012

WARSAW FILM FESTIVAL (WFF)
ВАРШАВСКИЙ КИНОФЕСТИВАЛЬ

Варшава, Польша

15.10 – 19.10.2012

RED SQUARE SCREENINGS
КИНОРЫНОК

Москва, Россия

19.10 – 22.10.2012

2-IN-1
МЕЖДУНАРОДНЫЙ КИНОФЕСТИВАЛЬ СОВРЕМЕННОГО КИНО

Москва, Россия

20.10 – 28.10.2012

«МОЛОДІСТЬ»
КИЕВСКИЙ МКФ И КИНОРЫНОК

Киев, Украина

20.10 – 28.10.2012

TOKYO IFF & CONTENT MARKET TIFFCOM
ТОКИЙСКИЙ МКФ И РЫНОК КОНТЕНТА

Токио, Япония

31.10 – 07.11.2012

AMERICAN FILM MARKET
АМЕРИКАНСКИЙ КИНОРЫНОК

Лос-Анджелес, США

Five Days of Conferences
2,000+ New Films & Projects
One Beachfront Campus that Covers It All

The Unmatched Destination for Industry Professionals...

The Film Capital of the World

AMERICAN FILM MARKET®
& CONFERENCES

OCTOBER 31 – NOVEMBER 7, 2012 / SANTA MONICA

Register Today for the BEST RATES at www.AmericanFilmMarket.com

Photo by Fitz Carlile

РЕКЛАМА

АЭРОФЛОТ
Российские авиалинии

SKYTEAM

Майами

Новое направление с 30 октября

Аэрофлот приглашает Вас на борт лайнера, выполняющего рейс по новому маршруту Москва-Майами.
Мы будем рады позаботиться о Вашем комфорте, чтобы каждая минута, проведенная с нами, оставила у Вас самые приятные впечатления.
Благодарим за выбор нашей авиакомпании. И желаем Вам комфортного полета.

8 (800) 444-5555 8 (495) 223-5555 www.aeroflot.ru

Ваш комфорт на высоте

VARIETY

RUSSIA

V DEALS
ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ
Европейский рынок кинопоказа консолидируется
Стр. 34

V RANKING
БРИТАНИКА
Уроки британского кинобизнеса
Стр. 38

V TV ADS
РОССИЯ-2012. РЕКЛАМНАЯ ПЛОЩАДЬ
Рекламный рынок России продолжает расти
Стр. 44

V TV LINE-UP
ПО-ВЗРОСЛОМУ
Новые жанры и адаптации российского телесезона 2012/2013
Стр. 46

10.2012

BUSINESS BLOCK

САМЫЕ КАССОВЫЕ РЕЛИЗЫ РОССИЙСКОГО КИНОПРОКАТА ЗА 2012 ГОД

ДАННЫЕ НА 16.09.12

№	НАЗВАНИЕ / ДИСТРИБЬЮТОР	ЭКРАНЫ	ОБЩИЕ СБОРЫ, $	ДОЛЯ ОТ МИРОВЫХ СБОРОВ*, %	ДАТА
1.	ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД – 4: КОНТИНЕНТАЛЬНЫЙ ДРЕЙФ / ICE AGE 4: CONTINENTAL DRIFT (FOX)	2090	49 208 900	5,9	12.07.12
2.	МАДАГАСКАР-3 / MADAGASCAR 3: EUROPE'S MOST WANTED (CPP)	1630	48 851 500	7,9	07.06.12
3.	МСТИТЕЛИ / THE AVENGERS (WDSSPR)	1204	43 470 500	2,9	03.05.12
4.	ЛЮДИ В ЧЕРНОМ – 3 / MEN IN BLACK 3 (WDSSPR)	1549	36 676 500	5,9	23.05.12
5.	ДЖОН КАРТЕР / JOHN CARTER (WDSSPR)	1200	33 607 000	11,9	08.03.12
6.	ГНЕВ ТИТАНОВ / WRATH OF THE TITANS (CAO)	1164	22 472 200	7,4	29.03.12
7.	НОВЫЙ ЧЕЛОВЕК-ПАУК / THE AMAZING SPIDER-MAN (WDSSPR)	1500	22 264 000	3,0	05.07.12
8.	МОРСКОЙ БОЙ / BATTLESHIP (UPI)	817	22 008 000	7,3	19.04.12
9.	ПРОМЕТЕЙ / PROMETHEUS (FOX)	1670	21 792 200	5,6	31.05.12
10.	ПУТЕШЕСТВИЕ-2: ТАИНСТВЕННЫЙ ОСТРОВ / JOURNEY 2: THE MYSTERIOUS ISLAND (CAO)	1021	17 741 000	5,4	09.02.12
11.	НЕУДЕРЖИМЫЕ-2 / THE EXPENDABLES 2 (UPI)	824	17 710 700	6,6	16.08.12
12.	ТЕМНЫЙ РЫЦАРЬ: ВОЗРОЖДЕНИЕ ЛЕГЕНДЫ / THE DARK KNIGHT RISES (CAO)	1312	17 231 400	1,6	26.07.12
13	ТРЕТИЙ ЛИШНИЙ / TED (UPI)	639	16 883 400	4,1	02.08.12
14.	ХРАБРАЯ СЕРДЦЕМ / BRAVE (WDSSPR)	950	16 196 400	3,2	21.06.12
15.	ЛОРАКС / DR. SEUSS'S THE LORAX 3D (UPI)	716	16 011 000	4,7	15.03.12

** Средняя доля России от мировых сборов за 2011 год составляет 3,7%.*

САМЫЕ КАССОВЫЕ РЕЛИЗЫ СЕВЕРОАМЕРИКАНСКОГО КИНОПРОКАТА ЗА 2012 ГОД

ДАННЫЕ НА 16.09.12

№	НАЗВАНИЕ / ДИСТРИБЬЮТОР	КИНОТЕАТРЫ	ОБЩИЕ СБОРЫ, $	ДАТА
1.	МСТИТЕЛИ / THE AVENGERS (WDSSPR)	4349	622 421 842	04.05.12
2.	ТЕМНЫЙ РЫЦАРЬ: ВОЗРОЖДЕНИЕ ЛЕГЕНДЫ / THE DARK KNIGHT RISES (CAO)	4404	441 857 870	20.07.12
3.	ГОЛОДНЫЕ ИГРЫ / THE HUNGER GAMES (VLG)	4137	408 010 692	23.03.12
4.	НОВЫЙ ЧЕЛОВЕК-ПАУК / THE AMAZING SPIDER-MAN (WDSSPR)	4318	261 102 260	03.07.12
5.	ХРАБРАЯ СЕРДЦЕМ / BRAVE (WDSSPR)	4164	233 558 247	22.06.12
6.	ТРЕТИЙ ЛИШНИЙ / TED (UPI)	3303	217 594 245	29.06.12
7.	МАДАГАСКАР-3 / MADAGASCAR 3: EUROPE'S MOST WANTED (CP)	4263	215 672 792	08.06.12
8.	ЛОРАКС / DR. SEUSS'S THE LORAX (UPI)	3729	214 030 500	02.03.12
9.	ЛЮДИ В ЧЕРНОМ – 3 / MEN IN BLACK 3 (WDSSPR)	4248	179 020 854	25.05.12
10.	ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД – 4: КОНТИНЕНТАЛЬНЫЙ ДРЕЙФ / ICE AGE: CONTINENTAL DRIFT (FOX)	3896	158 021 178	13.07.12
11.	БЕЛОСНЕЖКА И ОХОТНИК / SNOW WHITE AND THE HUNTSMAN (UPI)	3777	155 136 755	01.06.12
12.	МАЧО И БОТАН / 21 JUMP STREET (WDSSPR)	3121	138 447 667	16.03.12
13	ПРОМЕТЕЙ / PROMETHEUS (FOX)	3442	126 477 084	06.06.12
14.	КОД ДОСТУПА «НЕЙПТАУН» / SAFE HOUSE (UPI)	3119	126 181 630	10.02.12
15.	КЛЯТВА / THE VOW (WDSSPR)	2958	125 014 030	10.02.12

САМЫЕ КАССОВЫЕ РЕЛИЗЫ МЕЖДУНАРОДНОГО КИНОПРОКАТА ЗА 2012 ГОД

ДАННЫЕ НА НА 16.09.12

№	НАЗВАНИЕ / ДИСТРИБЬЮТОР	СТРАНА	ОБЩИЕ СБОРЫ, $	ДАТА
1.	МСТИТЕЛИ / THE AVENGERS (WDSSPR)	США	$888 400 000	25.04.12
2.	ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД – 4: КОНТИНЕНТАЛЬНЫЙ ДРЕЙФ / ICE AGE: CONTINENTAL DRIFT (FOX)	США	$682 100 000	27.06.12
3.	ТЕМНЫЙ РЫЦАРЬ: ВОЗРОЖДЕНИЕ ЛЕГЕНДЫ / THE DARK KNIGHT RISES (CAO)	США	$617 000 000	18.07.12
4.	НОВЫЙ ЧЕЛОВЕК-ПАУК / THE AMAZING SPIDER-MAN (WDSSPR)	США	$484 300 000	27.06.12
5.	ЛЮДИ В ЧЕРНОМ – 3 / MEN IN BLACK 3 (WDSSPR)	США	$445 000 000	25.05.12
6.	МАДАГАСКАР-3 / MADAGASCAR 3: EUROPE'S MOST WANTED (CPP)	США	$406 000 000	06.06.12
7.	ТИТАНИК 3D / TITANIC 3D (FOX)	США	$285 700 000	04.04.12
8.	ГОЛОДНЫЕ ИГРЫ / THE HUNGER GAMES (VLG)	США	$277 100 000	21.03.12
9.	ХРАБРАЯ СЕРДЦЕМ / BRAVE (WDSSPR)	США	$266 300 000	20.06.12
10.	ПРОМЕТЕЙ / PROMETHEUS (FOX)	США	$264 300 000	30.05.12
11.	БЕЛОСНЕЖКА И ОХОТНИК / SNOW WHITE AND THE HUNTSMAN (UPI)	США	$241 300 000	30.05.12
12.	МОРСКОЙ БОЙ / BATTLESHIP (UPI)	США	$238 700 000	12.04.12
13	ПУТЕШЕСТВИЕ-2: ТАИНСТВЕННЫЙ ОСТРОВ / JOURNEY 2: THE MYSTERIOUS ISLAND (CAO)	США	$222 000 000	18.01.12
14.	ГНЕВ ТИТАНОВ / WRATH OF THE TITANS (CAO)	США	$218 300 000	28.03.12
15.	ДЖОН КАРТЕР / JOHN CARTER (WDSSPR)	США	$210 400 000	08.03.12

РАСШИФРОВКА НАЗВАНИЙ КОМПАНИЙ-ДИСТРИБЬЮТОРОВ:

CAO – «Каро Премьер», CP – «Централ Партнершип», Fox – «Двадцатый Век Фокс СНГ», TFD – Top Film Distribution, UPI – Universal Pictures International Russia, VLG – «Вольга», WDSSPR – Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing.

Сезон блокбастеров в Голливуде завершился, поэтому в сентябре в зарубежных чартах Variety особых изменений не произошло. Разве что чуть выше в рейтинге США поднялись августовские новинки «Темный рыцарь: Возрождение легенды» и «Третий лишний», а в международном прокате укрепила позиции «Храбрая сердцем». В России в топ-15 появились два релиза от UPI: «Третий лишний» и «Неудержимые-2», а главное – сменился лидер. Теперь самым кассовым проектом российского кинопроката является «Ледниковый период – 4», он обошел «Мадагаскар-3».

СБЕРБАНК

ДЛЯ ОДНИХ РОСКОШЬ, ДЛЯ ПЕРВЫХ СВОБОДА

БАНК ПЕРВЫХ

КОМПЛЕКС ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ПРЕМИУМ-КЛАССА

(495) 544 45 40, 8 800 333 22 33, www.sberbank.ru

ОАО «Сбербанк России». Генеральная лицензия Банка России на осуществление банковских операций № 1481 от 30.08.2010. Реклама.

REKLAMA

РЕКЛАМА

Audi
Vorsprung durch Technik

Audi R8 GT Spyder:
Спортивный характер,
безупречный стиль

Ауди Центр Запад

Можайское ш., д. 166, МКАД, 53 км
(495) 775 77 72
www.audi-zapad.ru

MOUSE

DISNEY – ЛИДЕР ПО ОБЪЕМАМ ВЫПЛАЧИВАЕМЫХ ДИВИДЕНДОВ

ЧИСЛО КОМПАНИЙ, ВХОДЯЩИХ В ФОНДОВЫЙ ИНДЕКС S&P 500, ВЫПЛАЧИВАЮЩИХ ДИВИДЕНДЫ АКЦИОНЕРАМ, С 2002 ГОДА ВЫРОСЛО С 351 ДО 402.

Джозеф Лизанти

После того как в 2003 году был принят закон о снижении налога на дивиденды до 15%, многие компании увеличили размер выплачиваемой акционерам части прибыли. Если в конце 2002 года только 351 компания из числа входящих в фондовый индекс S&P 500 распределяла дивиденды, то теперь их уже 402. Однако среди компаний индустрии развлечений, входящих в этот список, число выплачивающих дивиденды практически не увеличилось.

До произошедшего в 2006 году раздела компании Viacom в ее состав входила как собственно Viacom, так и CBS Corporation. CBS начала выплачивать дивиденды акционерам сразу после раздела, однако на сегодня размер выплат на 46% меньше того, что компания распределяла шесть лет назад. Viacom, напротив, приступив к выплате дивидендов в 2010-м, за два года смогла добиться их роста на 144%.

Кабельные сети долго утверждали, что им нужны денежные средства для расширения технической базы. После того как строительство было завершено, они приступили к выплатам дивидендов. Компания Cablevision Systems начала их выплачивать в 2008 году, и за это время размер дивидендов увеличился на целых 50%. Компания Comcast Corporation, которая приостановила выплату символических дивидендов в 1999 году, возобновила выплату по более высокой ставке в 2008-м. С тех пор размер дивидендов увеличился на 159%.

Time Warner, оправившись после слияния с американским медийным конгломератом AOL, вновь приступила к выплате дивидендов в 2005-м. За это время размер дивидендов увеличился на 247% – это лучший показатель в отрасли.

И только две компании в индустрии развлечений неуклонно выплачивали дивиденды с 2003 года: News Corporation и Walt Disney. Но если подконтрольный Руперту Мердоку (Rupert Murdoch) медиахолдинг выплачивает дивиденды дважды в год ниже 79%, среднего показателя по индустрии, то так называемый «мышиный дом», выплачивающий дивиденды только раз в год, принес своим акционерам на 186% больше, чем в 2003 году.

HELP

БРИТАНСКИЙ МАГНАТ ПРИОБРЕЛ СТОЛЕТНЮЮ КИНОСТУДИЮ

ПОКА РОССИЙСКИЕ ВЛАСТИ РАЗБИРАЮТСЯ С «ЛЕНФИЛЬМОМ», В ЛОНДОНЕ ВОЗРОЖДАЮТ КИНОСТУДИЮ TWICKENHAM. В КАМПАНИИ ПО ЕЕ СПАСЕНИЮ АКТИВНО УЧАСТВОВАЛИ СТИВЕН СПИЛБЕРГ, ДЭВИД КРОНЕНБЕРГ И КОЛИН ФЕРТ. ЗАПУСТИВ НОВУЮ ПОСТПРОДАКШЕН-БАЗУ, БРИТАНСКАЯ СТУДИЯ НАЦЕЛИЛАСЬ НА ГОЛЛИВУД.

Роберт Митчелл

Киностудия Twickenham, на которой за последнее время были сняты «Железная леди» («The Iron Lady»), «Отель «Мэриголд»: лучший из экзотических» («The Best Exotic Marigold Hotel») и «Сенна» («Senna»), завоевала репутацию солидной постпродакшен-студии. Здесь также работали над фильмом «Милый друг» («Bel Ami») с Робертом Паттинсоном (Robert Pattinson) и английской комедией «Кубинская ярость» («Cuban Fury»; производство Big Talk Pictures).

Отремонтировав павильоны и установив новейшее монтажно-тонировочное оборудование, Twickenham готов предложить местным продюсерам выгодные условия производства с широким спектром производственных услуг.

Поскольку студия находится ближе всех к центральному Лондону, перевозить съемочную группу дешевле и проще, а близость основных трасс делает удобным съемки на натуре. Менеджмент студии также будет информировать продюсеров о возможных налоговых скидках для тех, кто снимает в Великобритании.

Страна уже давно стала привлекательным местом для иностранных кинематографистов, поскольку здесь имеются в наличии опытные профессионалы, современная техника и различные льготы, но на первый план вышли крупные студии – как Shepperton или Leavesden, которую в 2010 году приобрела компания Warner Bros.

Маленьким же студиям пришлось бороться за выживание. Студия Bray, с 1952 по 1966 год служившая базой для Hammer Prods., скоро будет реконструирована под жилье.

Когда в феврале Twickenham Film Studios, построенная в 1913 году, обанкротилась, было похоже, что страна вот-вот лишится еще одного исторического предприятия.

В кампании по спасению студии участвовали титаны киноиндустрии – Стивен Спилберг (Steven Spielberg), Дэвид Кроненберг (David Cronenberg) и Колин Ферт (Colin Firth). В результате в июле Twickenham приобрел британский бизнесмен, директор Sarova Hotel Group Санни Вохра (Sunny Vohra).

На ремонт студии, состоящей из 18 зданий, Вохра планирует потратить около полутора лет и примерно $3,1 млн. На время ремонта работа студии приостановлена не будет.

«Я подумал, раз студия просуществовала так долго, то имеет смысл ее сохранить», – сказал Вохра. Главным управляющим он назначил Марию Уолкер (Maria Walker). Уолкер – бывший супервайзер постпродакшен; именно она отвечала за кампанию «Спасем Twickenham».

Уолкер говорит, что уже сейчас Twickenham – ключевой центр записи и микширования звука, поскольку входящий в состав студии Richard Attenborough Theater – один из двух залов в стране, сертифицированный Dolby Premiere.

Ремонт затронет внешний вид трех павильонов и главного здания. Гримерки, которые не трогали сорок лет, будут полностью переделаны. А под исторический зал, в котором The Beatles снимали «A Hard Day's Night» и «Help!», подведут новый фундамент.

«Теперь у студии есть будущее, но нужны инвестиции. Мы постараемся сделать Twickenham таким, каким он был в дни своего расцвета, оснастить его самым современным оборудованием, на котором кинематографисты со всего мира будут создавать свои фильмы: какие хотят и как хотят», – говорят новые хозяева.

MONEY TALKS

ОПРА УИНФРИ В ЧЕТВЕРТЫЙ РАЗ ПРИЗНАНА САМОЙ УСПЕШНОЙ ЗВЕЗДОЙ

В ПЯТЕРКЕ САМЫХ ВЫСОКООПЛАЧИВАЕМЫХ ЗНАМЕНИТОСТЕЙ ПО ВЕРСИИ FORBES ТРИ КИНОПРОДЮСЕРА, ОДНА ТЕЛЕВЕДУЩАЯ И ОДИН ДОКТОР ДРЕ.

Джилл Голдсмит

Опра Уинфри (Oprah Winfrey) возглавила список самых высокооплачиваемых селебрити журнала Forbes, заработав $165 млн за двенадцать месяцев – начиная с мая 2011-го. Близко к ней подошел Майкл Бэй (Michael Bay) с его $160 млн за «Трансформеры-3. Темная сторона луны». Сразу за ним идут Стивен Спилберг (Steven Spielberg, $130 млн) и Джерри Брукхаймер (Jerry Bruckheimer, $115 млн). Закрывает первую пятерку рэпер Доктор Дре (Dr. Dre), чей доход благодаря наушникам Beatsby Dr. Dre составил $110 млн.

Уинфри уже четвертый год подряд поднимается на высшую позицию, однако, по мнению Forbes, так будет не всегда: в этом году доходы телеведущей за синдицированные программы учитывались в последний раз (она отказалась от синдикации после 25 лет). Однако ее компания Harpo Prods участвует в создании шоу «Доктор Фил», «Рейчел Рэй» и «Доктор Оз»; кроме того, Опра издает журнал «O», у нее есть спутниковая радиостанция и кабельный канал OWN – совместное предприятие с Discovery Communications.

Forbes сообщил, что учитывает авансовые платежи, долевую прибыль, авторские, начисляемые с повторного исполнения, эндорсмент и участие в рекламе. Заработки Брукхаймера и Бэя зависят в основном от их новых картин, которые выходят каждый год. Доход Стивена Спилберга довольно стабилен благодаря повторным отчислениям за фильмы, которые телеканалы всего мира не перестают показывать. Также в его копилку попадает внушительный процент от продажи билетов на продукцию Universal Studios, деньги, которые он получает от DreamWorks, и его гонорары режиссера.

РЕЙТИНГ ЗВЕЗД ПО ВЕРСИИ FORBES, МЛН $

ОПРА УИНФРИ 165
МАЙКЛ БЭЙ 160
СТИВЕН СПИЛБЕРГ 130
ДОКТОР ДРЕ 110
ДЖЕРРИ БРУКХАЙМЕР 115
ТАЙЛЕР ПЕРРИ 105
ГОВАРД СТЕРН 95
ДЖЕЙМС ПАТТЕРСОН 94
ДЖОРДЖ ЛУКАС 90
САЙМОН КАУЭЛЛ 90
ЭЛТОН ДЖОН 80
ТОМ КРУЗ 75
ГЛЕНН БЕК 80
ДИК ВУЛЬФ 70
РАШ ЛИМБО 69
МЭННИ ПАКЬЯО 67
ДОКТОР ФИЛ МАКГРО 64
РАЙАН СИКРЕСТ 59
ДОНАЛД ТРАМП 63
ТАЙГЕР ВУДС 58
БРИТНИ СПИРС 58

ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИЙ РЫНОК КИНОПОКАЗА КОНСОЛИДИРУЕТСЯ

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ СТАНОВИТСЯ ГЛАВНЫМ ИГРОКОМ В ЕВРОПЕЙСКОЙ ИНДУСТРИИ КИНОТЕАТРАЛЬНОГО ПОКАЗА.

Адам Дотри

Английская компания Vue Entertainment приобрела сеть немецких кинотеатров Cinemaxx за $215 млн.

Сделка открыла новый этап инвестирования в европейскую индустрию кинотеатрального показа, что в перспективе позволит не только сократить затраты дистрибьюторов, но и увеличить кассовые сборы.

Слияние третьего по величине оператора кинотеатров Великобритании с игроком номер два на рынке Германии стало самой значительной сделкой европейской индустрии кинопоказа с 2004 года, когда компании Odeon и UCI, объединившись, образовали крупнейшую киносеть в регионе. «Голливудским студиям, заинтересованным в высоких кассовых сборах по своим многомиллионным проектам, важно знать, что существуют показчики, также готовые идти на серьезные инвестиции», – считает глава Odeon UCI Руперт Гэвин (Rupert Gavin).

По мнению Тима Ричардса (Tim Richards), главы Vue, это только начало передела собственности, который предстоит пережить рынку европейского кинопоказа. В конце концов, на континенте останется всего три-четыре крупнейших панъевропейских сети. «В течение ближайших 18–24 месяцев картина европейского кинопоказа радикальным образом преобразится, – развивает свою мысль Ричардс. – На континенте уже созрели все условия для консолидации отрасли и предоставления зрителям качественно нового уровня просмотра, как это уже произошло в США десять лет назад».

Голливудские студии не боятся сокращения числа европейских кинооператоров, напротив, они всячески приветствуют их слияние. Все плюсы консолидации очевидны на примере весьма успешного британского кинорынка, где три оператора: Odeon, Vue и Cineworld контролируют 75% всего рынка, а кассовые сборы существенно выросли благодаря серьезным инвестициям со стороны тех же операторов.

«Для модернизации британских кинотеатров и поддержания высочайших стандартов качества мы только в этом году вложили $50 млн, – поясняет Ричардс. – За последние четыре года сумма инвестиций составила $150 млн. Наши дистрибьюторы оценили эти усилия. Студии довольны тем, что мы выходим на новые рынки. Часто они сами обращают наше внимание на ту или иную страну, которой, возможно, стоит помочь».

В мае компания Vue выкупила британскую сеть кинотеатров Apollo за $31 млн; кроме того, была приобретена немецкая сеть Cinemaxx. Но Ричардс не собирается останавливаться на достигнутом и готов расширять географию своих приобретений.

По словам Гэвина, в Италии и Германии около 50% рынка все еще приходится на долю устаревших кинотеатров, чьи владельцы не слишком состоятельны. «Повышение кассовых сборов зависит от ряда факторов, и модернизация кинотеатров, безусловно, в их числе, поэтому консолидация и дополнительные инвестиции, безусловно, позволят задействовать неиспользуемый потенциал».

С появлением крупных киносетей голливудские студии и показчики смогут объединить усилия на поле широкоэкранного проката, вместо того чтобы препираться по поводу контрактов. Глава Cineworld Стив Винер (Steve Wiener) отмечает: «За последние пять лет расстановка сил между показчиками и прокатчиками существенно изменилась. Ушли в прошлое традиционные утренние баталии по понедельникам. Теперь мы даже запускаем совместные с дистрибьюторами рекламные кампании, где каждая из сторон вносит свой вклад». По мнению Гэвина, именно показчики благодаря накопленным базам данных и активному присутствию в соцсетях помогают организовать грамотный маркетинг.

Параллельно голливудские студии пытаются сократить затраты на международную дистрибуцию. Общение с крупными сетями кинопоказа позволяет снизить затраты и усилия, необходимые для работы с сотнями мелких кинотеатров, которым нужно не только предоставить копии фильмов, но и получить от них достоверную отчетность. Так, одна из студий приостановила работу с прибалтийским показчиком, после того как конкуренты уже постфактум «подсказали», что кинотеатр называет студии более низкие цены, чем те, по которым реально продает билеты.

Между тем существует опасность, что падение кассовых сборов в некоторых регионах может затормозить новые инвестиции, которые необходимы кинотеатрам, чтобы переломить кризисные тенденции.

Ярким примером может служить испанский прокат: экономика пребывает в хаосе, уровень безработицы среди молодежи достигает 50%. Обычно рынок кинопоказа находится в противофазе к экономическим показателям, предоставляя людям доступный способ бегства от неприглядной действительности. Но текущий экономический кризис в Испании настолько глубок, что даже объемы кинопроката сократились на целых 12%. И это далеко не предел.

В мае прошлого года британский оператор Cineworld согласился приобрести пятую по величине сеть испанских кинотеатров Cinesur за $23 млн в качестве стартовой площадки для своей дальнейшей экспансии. Однако в сентябре сделка развалилась, поскольку владелец Cinesur подал заявление о банкротстве. Теперь Винер благодарит судьбу за то, что легко отделался.

Винер уверяет, что Cineworld пока не планирует решительного продвижения в континентальной Европе, однако признается, что в течение ближайших 5 лет сеть намерена приобрести еще 25 новых кинотеатров в самой Великобритании. «У нас публичная компания, и я не могу пугать акционеров. Мы дождемся, когда в Европе улучшится экономическая ситуация, и лишь после этого предпримем дальнейшие шаги, – отмечает он. – К сожалению, некоторые европейские страны, в том числе Испания, так долго ничего не вкладывали в развитие кинотеатров, что теперь дешевле построить новые, с нуля, чем вкладываться в модернизацию старых».

А вот в Германии, после спада последних лет, с 2011 года снова наблюдается рост экономики. Выход Vue на немецкий рынок и амбициозные планы группы Odeon UCI по захвату доли рынка говорят о том, что новые приобретения в Германии более чем вероятны – и они будут только способствовать дальнейшему росту доходов.

«В Германии три оператора контролируют 40% рынка, а в Италии 40% рынка приходится на долю всего двух операторов – значит, есть возможность выйти на эти территории», – отмечает Гэвин.

Крупнейшая европейская киносеть Odeon UCI, которая принадлежит фонду прямых инвестиций Terra Firma, насчитывает 2200 экранов в Великобритании, Ирландии, Испании, Португалии, Италии, Германии и Австрии, что уже в два раза больше, чем у ее ближайших панъевропейских конкурентов. Так, у объединенной Vue/Cinemaxx – 1100 экранов в Великобритании, Ирландии, Германии, Дании, Португалии и на Тайване. У оператора Pathe Gaumont – 1000 экранов во Франции, Голландии и Швейцарии, а у быстро растущего оператора Cinema City – порядка 900 экранов в Израиле, Польше, Венгрии, Чешской Республике, Румынии, Болгарии и Словакии.

Гэвин утверждает, что его киносеть в ближайшее время больше не планирует крупных поглощений, хотя на торгах немецкий филиал компании претендовал на приобретение Cinemaxx, – в случае успеха это немедленно вывело бы компанию с третьего места на немецком рынке на первое.

За последний год Odeon UCI приобрел восемь небольших кинотеатральных кластеров: три в Италии, два в Испании, два в Великобритании и один в Ирландии, увеличив общее число экранов на 400.

«На тех рынках, где мы представлены, мы хотим быть номером один или два, тогда срабатывает эффект масштаба, – отмечает Гэвин. – Если купить тут четыре, там – пять кинотеатров, особенно из числа тех, что не могли похвастаться излишним вниманием со стороны прежних владельцев, открывается гораздо больше возможностей. Тогда отдача от модернизации ощущается мгновенно».

Для Terra Firma порой достаточно просто поменять вывеску на Odeon UCI, чтобы сразу получить прибыль. Пусть Odeon платит в четыре или даже в пять раз выше ставки EBITDA (прибыль до уплаты налогов, процентов, износа и амортизации) за несколько устаревших кинотеатров, но если компания Terra Firma оценивает марку Odeon в два раза выше, то вновь приобретенные кинотеатры тут же удваивают свою балансовую стоимость, как только они становятся частью группы.

Если Odeon скупает запущенные сети, которые легко модернизировать, увеличив тем самым стоимость, то Vue, напротив, предпочитает приобретать кинотеатры, не уступающие по качеству их собственной базе. «90% принадлежащих нам кинотеатров имеют театральную рассадку, где каждый следующий ряд значительно выше предыдущего, и мы стремимся приобретать только объекты, сопоставимые по качеству, – говорит Ричардс. – У сети Cinemaxx 100% кинозалов имеют театральную рассадку, это роскошные кинотеатры в отличном состоянии. Cinemaxx вложила в них большие средства и очень гордилась тем, что это лучшая по качеству обслуживания сеть кинотеатров во всей Германии. Мы не рассматриваем Cinemaxx как новое приобретение, скорее это партнерство двух компаний, которые делятся своими лучшими наработками».

Если говорить об операторах поменьше, то в июле австрийский Cineplexx, принадлежащий немецкой студии Constantin, приобрел сеть Planet Tus в Словении, после двух лет экспансии в соседние Хорватию, Сербию, Черногорию и Македонию. По мнению Гэвина, консолидация европейского рынка кинопоказа – процесс неизбежный. «Требуются весьма значительные инвестиции, чтобы поддерживать современные кинотеатры в соответствии с последними техническими требованиями и удерживать инновационный уровень сервиса. Мало кто обладает достаточным капиталом и экспертизой, чтобы идти в ногу со временем, – отмечает Гэвин. – Единичные семейные кинотеатры в небольших городках с этим просто не справятся».

ПОЛЬСКАЯ МОДА

АВТОРСКОЕ КИНО
В МУЛЬТИПЛЕКСЕ

ДЕВЯТИЗАЛЬНЫЙ МУЛЬТИПЛЕКС ВО ВРОЦЛАВЕ ЭКСПЕРИМЕНТИРУЕТ С ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КОНТЕНТОМ.

Роберт Митчелл

В то время как голливудские фильмы и мультиплексы составляют основную часть польского киноландшафта, компания New Horizons Assn и сеть Helios сочли, что мультиэкранная модель в корне изменит прокат независимого кино. New Horizons превратили мультиплекс в центре Вроцлава, крупнейшего города в западной Польше, в самый большой арт-кинотеатр Восточной и Центральной Европы.

В 2001-м мультиплексы составляли 26% от всех кинотеатров Польши, к 2011 году их доля выросла до 63%. Кинотеатр Helios New Horizons, с девятью экранами на 2329 мест, открылся фильмами из девяти стран, включая «Римские приключения» («To Rome With Love») Вуди Аллена, британскую комедию «Четыре льва» («Four Lions»), французский хит «1 + 1» («Intouchables») и документальный 3D-проект Вима Вендерса «Пина: Танец страсти» («Pina»).

«Умный» фильм нужно показывать долго, для того чтобы улучшить его бокс-офис, – говорит Радек Драбик (Radek Drabik), управляющий директор New Horizons Assn. – Это взаимовыгодно: дистрибьюторы получают удлиненный прокат. Таким фильмам на раскрутку через сарафанное радио нужно время – мы им это время предоставим».

Кинотеатр рассчитывает на 450 000 посещений в год. Желание дерзкое – все население города составляет 700 000 человек. «У нас, как и в любой стране, зрители авторского кино – это нишевая аудитория. Однако наши расчеты показывают, что рискнуть можно, – говорит Драбик. – В Польше отлично прошли доступные для восприятия широкой публикой «Полночь в Париже» («Midnightin Paris») и «1+1». Уверен – при сбалансированном расписании будет хорошая заполняемость».

Еще одно смелое решение – отказ от продажи попкорна. Вместо этого будут кафе и бистро. Мультиплекс цифровой, но в некоторых залах установлены и 35-миллиметровые проекторы. Это расширяет возможности росписи. Кроме разных фестивалей в кинотеатре запланированы творческие встречи, выставки и образовательные проекты для детей и студентов.

БРИТАНИКА

УРОКИ БРИТАНСКОГО КИНОБИЗНЕСА

10 ЛЕТ СТАТИСТИЧЕСКОМУ ЕЖЕГОДНИКУ БРИТАНСКОГО ИНСТИТУТА КИНО (BFI YEARBOOK), ПУБЛИКУЮЩЕМУ ДАННЫЕ О КИНОРЫНКЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ, НА КОТОРЫЙ ОРИЕНТИРУЮТСЯ МНОГИЕ СТРАНЫ. ПУБЛИКАЦИЯ 2012 ГОДА ПРЕДСТАВЛЯЕТ АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ОБЛАСТЕЙ БРИТАНСКОЙ КИНОИНДУСТРИИ, ОТРАЖАЮЩИЙ ТЕНДЕНЦИИ МИРОВЫХ РЫНКОВ ЗА ПОСЛЕДНЕЕ ДЕСЯТИЛЕТИЕ И УКАЗЫВАЮЩИЙ, КУДА ДВИЖУТСЯ МНОГИЕ ФОРМИРУЮЩИЕСЯ РЫНКИ.

Роберт Митчелл

Кинорынок Великобритании изменился по составу аудитории и по тому, в какой момент зрители принимают решение посетить кинотеатр. Но главным определяющим фактором оказалось появление цифровых технологий. «Десятилетие называют «Декадой цифры», – говорит Тим Кэгни (Tim Cagney), заместитель генерального директора BFI.

«Рынок Британии показателен в плане того, что есть и что будет происходить на основных мировых территориях», – утверждает Эндрю Криппс (Andrew Cripps), президент европейского, ближневосточного и африканского отделения IMAX.

Технология цифровой проекции революционным образом изменила облик кинопроката. Дистрибьюторы получили возможность более гибкого и разнообразного программирования, проката альтернативного контента, а также использования 3D-технологий. Благодаря цифровым технологиям изменился и характер потребления киноконтента: с цифровым ТВ кино стало доступно и в прайм-тайм, рейтинги эфирных каналов начали понемногу улучшаться.

ПОСЕЩАЕМОСТЬ

Несмотря на достижение десятилетнего максимума в 2002 году, в течение декады посещаемость кино в Великобритании оставалась относительно стабильной. «Большинство рынков пережили падение уровня посещаемости – либо этот уровень оставался прежним. Кассовые сборы же обеспечивались за счет повышения стоимости билета, – говорит Шарлотта Джонс (Charlotte Jones), главный киноаналитик Screen Digest. – По сравнению с другими рынками британский уровень посещаемости более стабилен и составляет около 2,8 просмотра на одного зрителя».

Уровень посещаемости в США упал с 5,1 просмотра в 2002 году до десятилетнего минимума 3,77 в 2011 году. Испания, Австралия и Япония также достигли самых низких значений в предыдущем году. Исключение составляет Франция, где посещаемость на одного зрителя выросла за последние четыре года до десятилетнего максимума 3,59 просмотра в 2011 году.

Тим Ричардс (Tim Richards), генеральный директор Vue Entertainment, предполагает дальнейший рост этого показателя в Великобритании: «То, что мы видели за последние пару лет, по современным меркам может претендовать на рекорд. Я думаю, уровень посещаемости в Великобритании устойчиво продолжит расти в течение нескольких следующих лет».

3D: ВЗЛЕТ И ПАДЕНИЕ?

Независимо от тренда посещаемости, выручка кинотеатров Великобритании значительно выросла, устанавливая последовательно рекорд за рекордом за последние пять лет, включая значительный скачок в 2009 году. «Причиной стал прирост выручки за счет 3D», – говорит Шон Перкинс (Sean Perkins), начальник отдела исследований и статистики BFI.

Хотя формат 3D начал свое цифровое возрождение с мультфильма «Цыпленок Цыпа» («Chicken Little») в 2005 году, высокие цены на билеты стали нормой с выходом на экран анимационной картины студии Paramount «Монстры против пришельцев» («Monsters vs. Alliens»). Мировое распространение цифрового 3D-формата последовало за выходом ключевых блокбастеров, таких как «Аватар» («Avatar»).

Рост средней цены билета отражает подобные изменения и объясняет устойчивость прибыли последних лет, вне зависимости от количества посещений. В 2002 году средняя цена билета в Великобритании была равна $6,7, позднее цена возросла до $8,5 в 2009-м и $9,5 в 2011-м, что составляет 41% роста за десятилетие.

МЕДИАРЫНОК ВЕЛИКОБРИТАНИИ: ОБЗОР ЗА 10 ЛЕТ

	2002	2011
ОБЩАЯ ВЫРУЧКА (ПО ВСЕМ ПЛАТФОРМАМ)	$5,57 МЛРД	$6,31 МЛРД
КОЛИЧЕСТВО ПОСЕЩЕНИЙ КИНОТЕАТРОВ	175,9 МЛН	171,6 МЛН
ВЫРУЧКА ОТ ПРОДАЖИ БИЛЕТОВ В КИНОТЕАТРАХ	$1,19 МЛРД	$1,63 МЛРД
КОЛИЧЕСТВО ЦИФРОВЫХ ЭКРАНОВ	4	2714
КОЛИЧЕСТВО 3D ЭКРАНОВ	0	1475
КОЛИЧЕСТВО ВЫПУЩЕННЫХ В ПРОКАТ ФИЛЬМОВ	369	558
ДОЛЯ ВЫРУЧКИ (ПОНЕДЕЛЬНИК-ЧЕТВЕРГ)	32%	42%
АУДИТОРИЯ (25–34 ГОДА)	27%	21%
АУДИТОРИЯ (45+ ЛЕТ)	18%	28%
ПРОСМОТРЫ: КИНО НА ЭФИРНЫХ КАНАЛАХ	2,6 МЛРД	1,67 МЛРД
ПРОСМОТРЫ: КИНО НА МУЛЬТИКАНАЛЬНОМ ТВ	816 МЛН	2,23 МЛРД
ДОЛЯ МУЛЬТИКАНАЛЬНОГО ТВ НА РЫНКЕ	22%	45%
ДОЛЯ ЦИФРОВОГО ТВ НА РЫНКЕ	39%	96%
ДОЛЯ DVD	26%	89%
ДОЛЯ PVR (ВИДЕОПРОКАТ)	1%	46%
ДОЛЯ ШИРОКОПОЛОСНОГО ТВ ВЕЩАНИЯ	7%	76%
ДОЛЯ ВЛАДЕЛЬЦЕВ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ	59%	92% (32% – СМАРТФОНЫ)
ДОЛЯ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ПЛАНШЕТОВ	0%	11%
ОБЪЕМ РОЗНИЧНЫХ ВИДЕОПРОДАЖ	$2,98 МЛРД	$2,75 МЛРД
ОБЪЕМ РЫНКА ВИДЕОПРОКАТА	$775 МЛН	$386 МЛН
ОБЪЕМ РЫНКА VOD (ВИДЕО ПО ЗАПРОСУ)	$98,3 МЛН	$263,9 МЛН

Источник: BFI Statistical Yearbook

ПРОГНОЗ РОСТА ОБЪЕМА ВЫРУЧКИ МИРОВОГО РЫНКА КИНОПРОДУКЦИИ, млн $

ИСТОЧНИК: BFI STATISTICAL YEARBOOK, PRICEWATERHOUSE COOPERS

Хотя многие показчики и не торопились переходить на цифровые стандарты, формат 3D получил довольно широкое распространение с момента своего возрождения в середине последнего десятилетия. В 2009 году показчики собрались с силами, чтобы встретить ожидаемый наплыв кинокартин, которые зрители пожелали бы увидеть в 3D.

Однако после быстрого роста пропорция 3D среди цифровых экранов упала. Так, в 2009 году 3D-экраны составляли почти 70% от цифровых экранов Великобритании. В 2010 году это число выросло до 75%. В последний год на рынке продолжился рост числа цифровых экранов – до 92%, но доля 3D-экранов среди них упала до 54%.

«Не думаю, что 3D-формат был движущей силой цифровой экспансии, – говорит Ричардс, глава Vue Entertainment. – Такая технология – это фантастическое преимущество, но не причина для вложений. Есть два фактора значимости цифровой проекции: она намного более эффективна и, что самое важное, она дает полную свободу росписи».

За последние четыре года компания Vue Entertainment потратила более $157 млн на переоснащение и строительство кинотеатров в Великобритании и Ирландии, включая более $47 млн в 2012 году. В августе она завершила ввод в эксплуатацию 650 экранов с технологией Sony 4K Digital Cinema в 69 кинотеатрах.

Снижение доли 3D среди цифровых экранов также можно отнести на счет убывающего интереса аудитории к 3D-контенту. В 2009 году 14 3D-фильмов принесли $276 млн, что составило 16% всей выручки. На следующий год 28 фильмов в 3D принесли $380 млн, или 24% общей прибыли. Однако несмотря на рост количества фильмов до 47, выручка от 3D в 2011 году упала до $362 млн, 20% общего годового дохода.

В среднем доля выручки от 3D-фильмов упала с 71% в 2010-м до 57% в 2011 году. «Зрители становятся все более требовательными к фильмам в 3D, за которые нужно переплачивать», – говорит Перкинс из BFI.

ПОТРЕБЛЕНИЕ КОНТЕНТА

Также за последнюю декаду изменился и характер потребления кино: теперь его смотрят на чем угодно – от гигантских экранов до мобильных телефонов. Разнообразие опций и их доступность нанесли сокрушительный удар по рынку традиционной видеопродукции. Продажи DVD продолжали расти до 2004 года, но впоследствии рынок устойчиво сокращался и достиг минимума за декаду в 2011 году. На данный момент рынок видеопроката вдвое меньше по объему, чем он был 10 лет тому назад.

Видео по запросу (VOD) частично явилось решением проблемы для США, тогда как в Великобритании, несмотря на устойчивый рост, VOD к 2011 году так и не заняло господствующих позиций. Тем не менее в этом году запуск Netflix в Великобритании, обеспокоивший конкурентов, вызвал значительный подъем на рынке видео по запросу. По оценкам Screen Digest, в 2012 году стоимость онлайн-VOD практически удвоится до $162,4 млн, в то время как телевизионный рынок VOD вырастет на 19% – до $213 млн.

Телевидение по-прежнему остается ключевым каналом коммуникации с аудиторией. В прошлом году было зафиксировано 3,9 млрд просмотров художественных фильмов во всех ТВ-форматах, исключая платные разовые просмотры, что более чем в 22 раза выше количества посещений кинотеатров. Однако в первой половине прошедшего десятилетия телевизионный просмотр фильмов снижался за счет падения времени просмотра пяти основных эфирных каналов Великобритании, а каналы по подписке не смогли занять освободившуюся нишу. В последние четыре года появились такие бесплатные спутниковые цифровые каналы, как Film24 и ITV2, которые привлекли значительно большую аудиторию к телевизионному просмотру.

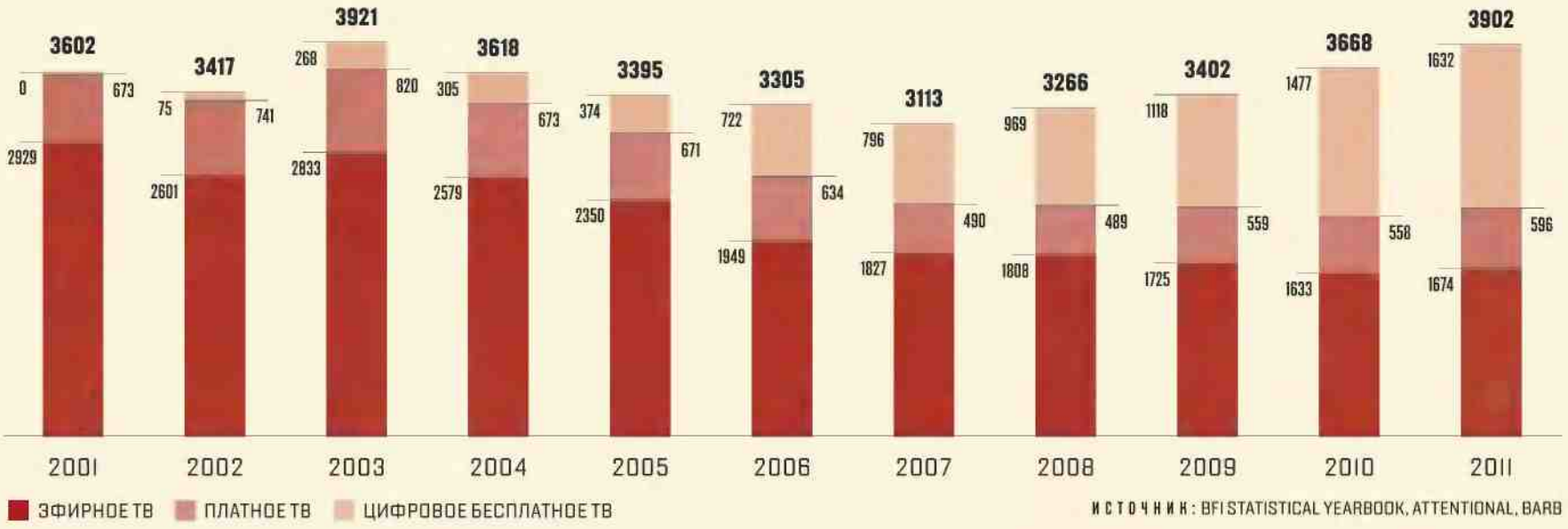
По оценкам PricewaterhouseCoopers, во всем мире продолжается рост выручки производителей кино за счет быстро развивающихся рынков Китая, Индии, России, Бразилии и Южной Кореи, определяющих экспансию на ближайшие пять лет.

Ожидается, что выручка от продажи билетов в кинотеатрах, физических продаж видео и проката, цифрового видео для скачивания и просмотра в интернете, исключая телевидение, возрастет на 171% к 2016 году.

Также ожидается, что среди сформировавшихся рынков значительный рост продемонстрирует Франция – примерно 24% – на контрасте с Японией (6%), США и Великобританией (по 3%).

Самые лучшие новости – для дистрибьюторов и создателей контента. «Интересно, что зрители в целом смотрят больше фильмов, чем когда бы то ни было ранее, – отмечает Криппс, глава IMAX. – Сейчас существует много различных способов доступа к продукту».

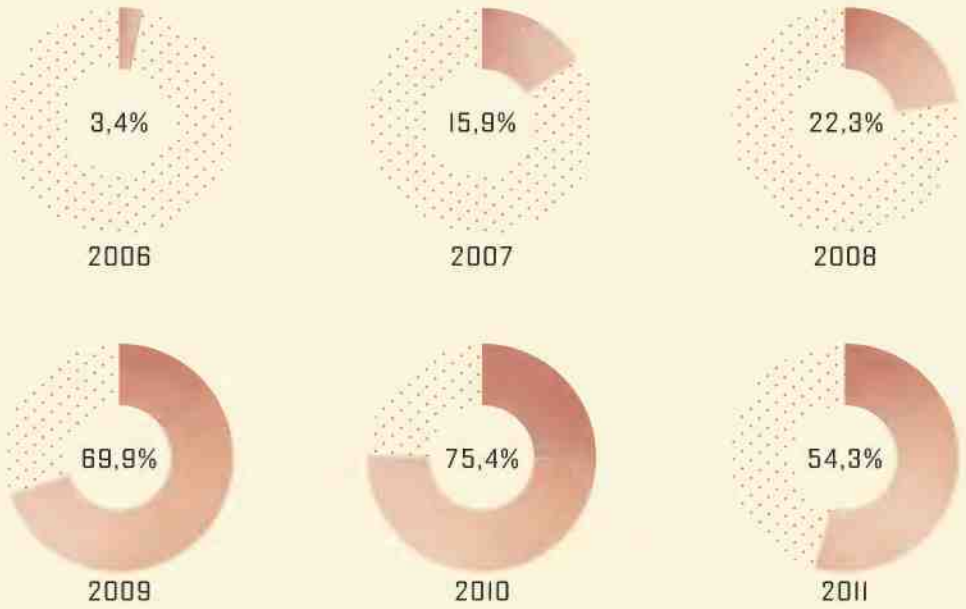
ПРОСМОТРЫ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ НА ТВ, млн



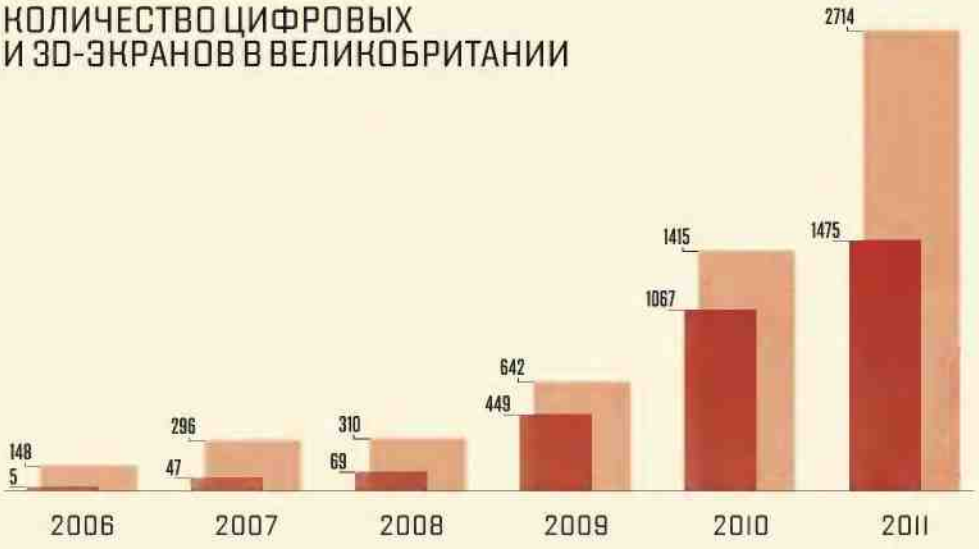
ИСТОЧНИК: BFI STATISTICAL YEARBOOK, ATTENTIONAL, BARB

ДОЛЯ 3D-ЭКРАНОВ ОТ ЦИФРОВЫХ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ

ИСТОЧНИК: BFI STATISTICAL YEARBOOK, SCREEN DIGEST, RENTRAK

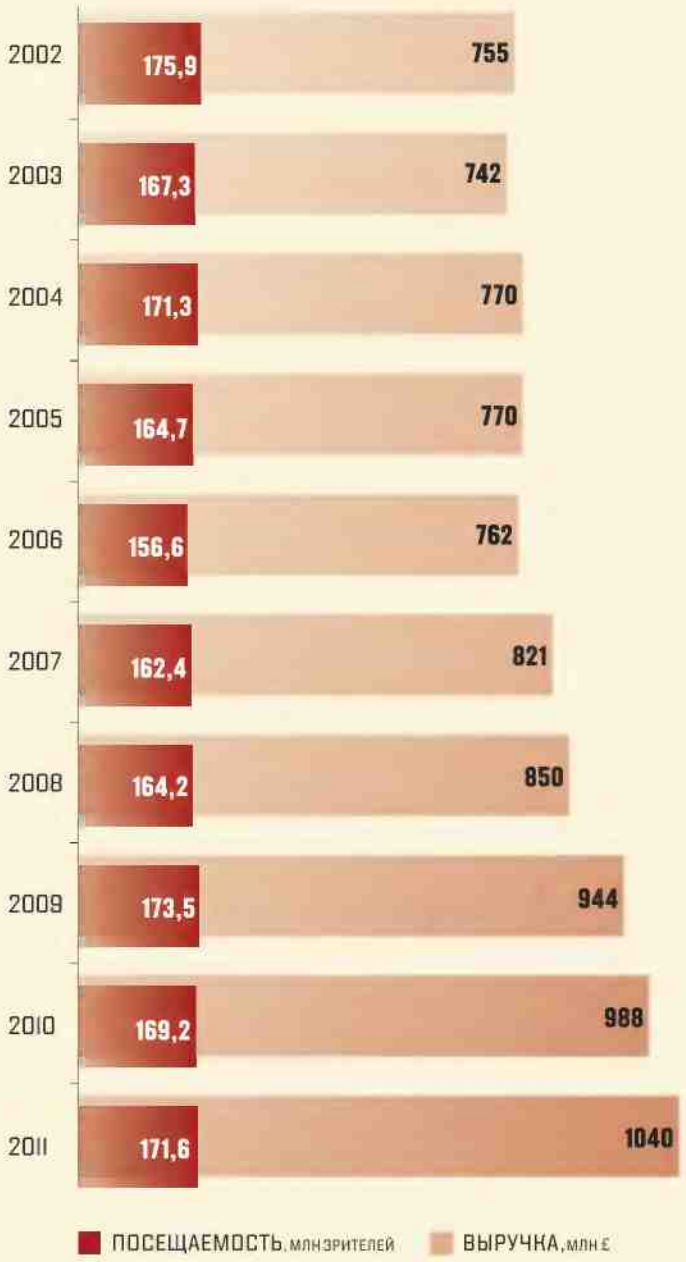


КОЛИЧЕСТВО ЦИФРОВЫХ И 3D-ЭКРАНОВ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ



ИСТОЧНИК: BFI STATISTICAL YEARBOOK, SCREEN DIGEST, RENTRAK

ПОСЕЩАЕМОСТЬ И ВЫРУЧКА КИНОПРОКАТА ВЕЛИКОБРИТАНИИ



ИСТОЧНИК: BFI STATISTICAL YEARBOOK, CAA, RENTRAK

МИХАЙЛОВСКИЙ
ТЕАТР

Открытие 180-го сезона

АДОЛЬФ АДАМ

ЖИЗЕЛЬ, ИЛИ ВИЛИСЫ

ФАНТАСТИЧЕСКИЙ БАЛЕТ В 2-х АКТАХ

13.09 | ПОЛИНА СЕМИОНОВА, МАРСЕЛО ГОМЕС
14.09 | НАТАЛЬЯ ОСИПОВА, ИВАН ВАСИЛЬЕВ
15.09 | ПОЛИНА СЕМИОНОВА, МАРСЕЛО ГОМЕС

ХОРЕОГРАФИЯ: **ЖЮЛЬ ПЕРРО, ЖАН КОРАЛЛИ, МАРИУС ПЕТИПА** | ХОРЕОГРАФ-ПОСТАНОВЩИК: **НИКИТА ДОЛГУШИН** | ХУДОЖНИК-ПОСТАНОВЩИК: **ВЯЧЕСЛАВ ОКУНЕВ** | ДИРИЖЁР: **ВАЛЕРИЙ ОВСЯНИКОВ**

МУЗЫКАЛЬНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ И ГЛАВНЫЙ ДИРИЖЁР ТЕАТРА: **МИХАИЛ ТАТАРНИКОВ**

WWW.MIKHAILOVSKY.RU
ПЛ. ИСКУССТВ, 1

БИЛЕТЫ ПРОДАЮТСЯ НА САЙТЕ МИХАЙЛОВСКОГО ТЕАТРА **WWW.MIKHAILOVSKY.RU**, В КАССЕ ТЕАТРА: +7 (812) 595 43 05, В ТЕАТРАЛЬНЫХ КАССАХ ГОРОДА, А ТАКЖЕ **WWW.BILETER.RU**, ТЕЛ.: +7 (812) 380 80 50.

180-Й СЕЗОН | 2012 ГОД

ИСТ | Группа компаний
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЁР ТЕАТРА

Ростелеком
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЙ ПАРТНЁР

Mercedes-Benz | Deloitte. Официальный налоговый консультант | РОССИЯ 1 Санкт-Петербург | РАДИО РОССИИ Санкт-Петербург | ЛенСпецСтрой

СРЕДНИЙ КЛАСС

ФИЛЬМЫ СО СРЕДНИМ БЮДЖЕТОМ ВОСТРЕБОВАНЫ НА РЫНКЕ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ВЫСОКО- И НИЗКОБЮДЖЕТНОЕ КИНО

В БЛИЖАЙШИЕ ПОЛТОРА ГОДА БУДЕТ НАБЛЮДАТЬСЯ БУМ НЕЗАВИСИМЫХ БОЕВИКОВ. НА ПОДХОДЕ «ДВА БОЙЦА» («TWO GUNS», UNIVERSAL), «СХВАТКА» («RUSH», СНОВА UNIVERSAL), «РАЗРУШЕННЫЙ ГОРОД» («BROKEN CITY», FOX) И «МЕРЗЛАЯ ЗЕМЛЯ» («FROZEN GROUND», SUMMIT-LIONSGATE).

Дейв МакНэри

В эпоху, когда все внимание отдается потенциальным блокбастерам и тентполам, дистрибьюторы испытывают недостаток в среднебюджетных боевиках. Мейджоры хотят заполнить эту нишу, тем более что сегодня стоимость студийного блокбастера может переваливать за $200 млн.

Возглавляющий компанию Foresight Unlimited Марк Даймон, который занимался продвижением на международный рынок фильма «Два бойца» с Марком Уолбергом и Дензелом Вашингтоном и продал его компании Sony в Берлине, отмечает, что эта тенденция дает сектору независимого кинопроизводства дополнительный импульс.

По словам Даймона, «тенденция набирает обороты в силу малочисленности студийных фильмов». Даймон также упомянул, что режиссер «Морского боя» («Battleship») Питер Берг (Peter Berg) приступил к работе над «Уцелевшим» («Lone Survivor») с Марком Уолбергом (Mark Wahlberg) и Эриком Бана (Eric Bana). Оба проекта имеют независимые источники финансирования и будут прокатаны Universal.

Бюджет «Уцелевшего», со слов Даймона, составляет менее $50 млн и был бы много больше, если бы финансирование было исключительно студийным. «Талантливые люди по-прежнему хотят снимать хорошие фильмы. Однако мы не можем позволить себе фильмы стоимостью в $100 млн. Поэтому взамен мы предлагаем этим людям участие в доходах от продаж и проката», – заметил Даймон.

Рина Ронсон (Rena Ronson), со-директор агентства UTA Independent Film Group, считает, что падение интереса мейджоров к финансированию среднебюджетных проектов стоимостью $50 млн и ниже благотворно сказывается на секторе независимого кинопроизводства.

«В настоящее время производство такого рода фильмов не входит в бизнес-план крупных киностудий. Это открыло рынок для независимых фильмов и предоставило обширные возможности для отрасли», – считает Рина Ронсон. По ее мнению, заинтересованность инвесторов в финансировании независимого сектора только растет, и теперь оно доступно даже для тех качественных проектов, которые обходятся без привлечения звезд.

В обойме Лесли Урданг (Leslie Urdang), президента компании Olympus Pictures, – «Мистер Пип» («Mr. Pip») с Хью Лори (Hugh Laurie) в роли последнего англичанина в деревне на островах Папуа – Новой Гвинеи в период гражданской войны 90-х годов прошлого века и комедия о сексоголиках «Спасибо за обмен» («Thanks for Sharing») с Марком Руффало (Mark Ruffalo) и Гвинет Пэлтроу (Gwyneth Paltrow). Лесли Урданг отмечает, что статус фестиваля в Торонто растет в связи с тем, что международные продажи играют все большую роль.

«Одна из самых сильных сторон фестиваля в Торонто – объем зарубежных продаж, – говорит Лесли Урданг. – Причем вперед выходят отнюдь не ударные студийные блокбастеры и не фильмы формата Каннского фестиваля, тяготеющие к авторскому кинематографу».

«Покупателям нужны фильмы по разумным ценам, – замечает Ронсон. – Хороший материал и хорошие истории – необходимые составляющие».

Фестиваль сам по себе изобилует фильмами, ждущими дистрибуции, включая драмы с участием звезд, драмы с элементами комедии, а также необычные жанровые картины и любопытные документальные фильмы.

Производственно-финансовая компания Emmett/Furla Films оказала огромное влияние на отрасль независимого кинопроизводства, чуть более чем за год собрав свыше $500 млн и запустив в производство такие фильмы, как «Разрушенный город» («Broken City»), «Мерзлая земля» («Frozen Ground»), «Алекс Кросс» («Alex Cross») и «Патруль» («End of Watch»). Рэндалл Эмметт (Randall Emmett), владелец Emmett/Furla Films, утверждает, что сочетание в его компании финансирования и проката создает волновой эффект.

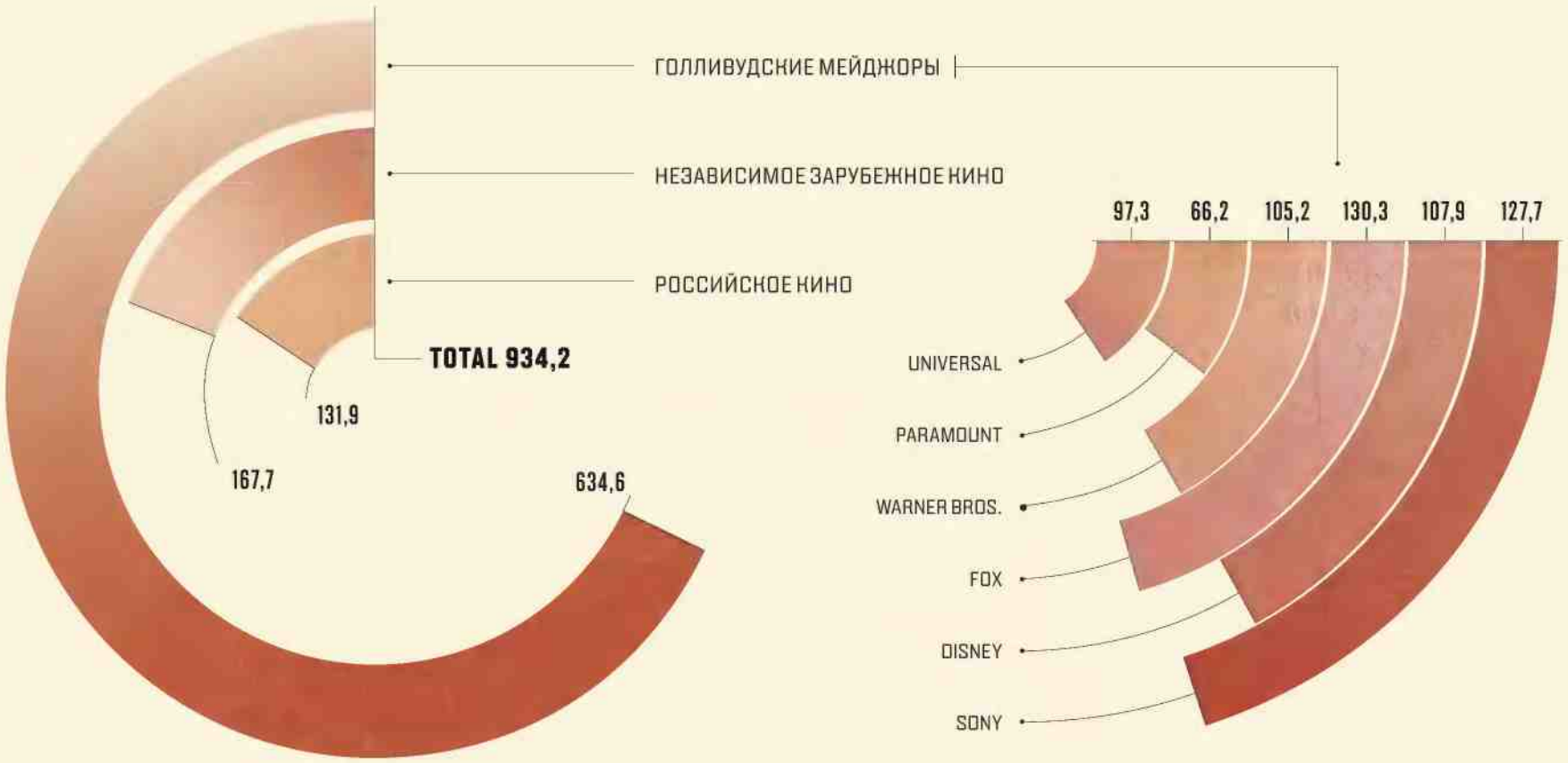
«Это просто захватывающе интересно – снимать фильмы и управлять своими собственными судьбами, – добавляет он. – Сейчас мы видим, как рынок становится более справедливым, даже несмотря на то что в экономике дела идут неважно».

Финансирование поступает из целого ряда источников. Например, Exclusive Media Group, созданная четыре года назад, и трехлетняя Cross Creek Pictures объединились для производства фильмов «Мартовские иды» («Ides of March») и «Схватка» («Rush»). В Канне компании анонсировали подписание трехлетнего договора о финансовом, производственном и маркетинговом сотрудничестве. Договор предполагает работу по крайней мере над двумя игровыми картинами в год с бюджетом до $65 млн каждая. Первым фильмом в этом ряду станет триллер «Прогулка среди могил» («A Walk Among the Tombstones») режиссера Скотта Фрэнка (Scott Frank) с Лиамом Нисоном (Liam Neeson) в главной роли.

Стюарт Форд (Stuart Ford), главный исполнительный директор группы IM Global, созданной им в 2007 году, в течение последних двух лет выступил продюсером картин «Судья Дредд» («Dredd»), «Защитник» («Safe»), «Один уже покойник» («Dead Man Down»), «Колибри» («Hummingbird») и «Неудержимый» («Bullet to the Head»).

Джир Хаусфатер (Jere Hausfater), главный исполнительный директор компании

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КАССОВЫХ СБОРОВ В РОССИЙСКОМ КИНОПРОКАТЕ ЗА 2012 ГОД, МЛН $



ДАННЫЕ НА 16.09.2012; ИСТОЧНИК: «БЮЛЛЕТЕНЬ КИНОПРОКАТЧИКА»

Aldamisa Intl., созданной год назад и занятой сбытом и финансированием фильмов, соглашается с тем, что разнообразные боевики будут выгодно выделяться на рынке независимого кино.

«Хорошие боевики находятся на самом верху в рейтинге фильмов, рассчитанных на эскапистов с попкорном в руках. Они могут работать где угодно, от Бангкока до Барселоны, – замечает Хаусфатер. – Это не раз испытанная и стабильная территория, благоприятная и для кинопроката, и для видео- и телерынка. Производство может обойтись от $25 млн до $65 млн за проект – это как раз тот сегмент бюджета, в котором большие студии теперь работают редко».

Хаусфатер привез в Торонто на продажу пару боевиков: только что законченный «Мачете убивает» («Machete Kills») и «Город грехов – 2» («Sin City 2»), который только запускается в производство и на внутреннем рынке будет выпущен компанией Weinstein Co.

В официальной программе Торонто много боевиков. Фильмом открытия стала «Петля времени» («Looper») с Джозефом Гордон-Левиттом (Joseph Gordon-Levitt) и Брюсом Уиллисом (Bruce Willis) в главных ролях. Картина была профинансирована компанией Endgame Entertainment (главный исполнительный директор – Джеймс Стерн, James Stern). Продажи картины о наемных убийцах, путешествующих во времени, осуществляет Film Nation.

«Такой изобретательный фильм, как «Петля времени», очень и очень в духе Торонто», – считает Глен Баснер (Glen Basner), возглавляющий компанию Film Nation.

«Мы всегда использовали приезд в Торонто, чтобы показать на стадии сценария новые фильмы, которые могут сработать в международном масштабе, – замечает Баснер. – Мы начали продажу «Петли времени» еще два года назад. Мы ведем наши дела на международном уровне и продолжаем следить за ростом рынков в России, Бразилии, Индии и Китае».

Хоррор «Запретная зона» («The Chernobyl Diaries») был упомянут Баснером как пример независимой жанровой картины, ставшей высокоприбыльным делом: $18 млн на внутреннем рынке и еще $25 млн за пределами США, притом что в некоторых странах картина еще не вышла в прокат.

Картина «Место под соснами» («The Place Beyond the Pines», в главных ролях Райан Гослинг/Ryan Gosling и Брэдли Купер/Bradley Cooper) проникнута жанровым духом и создает большой накал эмоций. Главный герой – мотогонщик, который превращается в грабителя банков (Гослинг) и сталкивается в решающем поединке с полицейским, переквалифицировавшимся в политика (Купер). Фильм Дерека Сьянфранса (Derek Cianfrance), известного как режиссер «Валентинки» («Blue Valentine»), профинансировал Сидни Киммел (Sidney Kimmel). Ник Майер ведет международные продажи в Торонто через Sierra/Affinity.

«Такие боевики, отличающиеся оригинальным, уникальным подходом, находят спрос по всему миру», – замечает Майер.

Бен Вайс (Ben Weiss), представляющий финансовую группу Paradigm, которая профинансировала хоррор «Астрал» («Insidious») и франшизу «Пила» («Saw»), приехал в Торонто с документальной картиной «Reincarnated», посвященной превращениям рэпера Snoop Dog, и драмой «Still» с Джеймсом Кромвеллом (James Cromwell) в главной роли. Бен Вайс утверждает, что независимый сектор привлекает все большее внимание инвесторов, особенно в связи с новыми доходами от видео-по-запросу и цифрового проката.

«Мы нуждаемся в большем количестве готовых пакетов. Инвесторов больше, чем проектов». А это значит, что среднебюджетные боевики притягивают звезд и увеличивают объемы продаж.

В итоге отрасль независимого кино оживило то обстоятельство, что большие студии практически отказались от производства низкобюджетных картин.

РОССИЯ-2012. РЕКЛАМНАЯ ПЛОЩАДЬ

ГЛАВНЫМ РЕКЛАМОДАТЕЛЕМ ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ 2012 В РОССИИ СТАЛА COCA-COLA

РОССИЙСКИЙ РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК ВХОДИТ В НЕ СЛИШКОМ МНОГОЧИСЛЕННУЮ КАТЕГОРИЮ СФЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ЗА КОТОРУЮ НАША СТРАНА МОЖЕТ ИСПЫТЫВАТЬ ЗАКОННОЕ ЧУВСТВО ГОРДОСТИ: ОН ПРОДОЛЖАЕТ БЫТЬ ОДНИМ ИЗ САМЫХ БЫСТРОРАСТУЩИХ В МИРОВОМ МАСШТАБЕ.

Владимир Боровой («Коммерсантъ Деньги»)

Рекламный рынок России продолжает расти, несмотря на административное давление и вытеснение мелких рекламодателей крупными. Его объем по итогам первой половины 2012 года составил 138 млрд рублей (за вычетом НДС) – это на 13% больше, чем аналогичные показатели прошлого года. За весь 2011-й, стоит напомнить, объем рынка вырос на 21%. Если нынешние темпы роста сохранятся, то, по мнению экспертов, общая динамика по итогам года несколько снизится.

Согласно данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), телевидение остается самым большим сегментом рынка, фактически, его половиной (48,5%): в нынешнем году оно показало рост в 8%, достигнув 67 млрд рублей. Внутри сегмента лучше всех прирастала реклама на спутниковом ТВ (42%). Хорошо себя чувствует реклама на радиостанциях: в этом сегменте вращалось 6,3 млрд рублей, что на 21% больше, чем в прошлом году. Приток радиорекламодателей произошел отчасти за счет оттока из наружной рекламы, где размещение осложняется различными административными мерами.

Тем не менее «наружка» подросла на 10% и достигла 19,2 млрд рублей.

Самый быстрый рост зафиксирован на рынке интернет-рекламы: он прибавил 45% и достиг значения 24 млрд рублей, из которых 6,9 млрд дала медийная реклама (рост – 35%) и 17,1 млрд – контекстная (рост – 51%). На этом фоне 3%-ный прирост рекламного объема в печатных СМИ и потолок в 20 млрд рублей выглядит закономерным курсом на окончательную капитуляцию перед электронными медиа. Газеты еще потрепыхаются, у них 16% чистого роста по сравнению с прошлым годом (4,8 млрд рублей), журналы вышли на плато – прирост в районе 1%, 9,5 млрд рублей, а специализированные рекламные издания стали единственным сегментом, где рынок показал отрицательную динамику – минус 3%, 5,7 млрд рублей.

Самым активным рекламодателем первого полугодия 2012-го в общем зачете является компания Coca-Cola. По данным исследовательской компании TNS, совокупное количество выходов ее рекламы на ТВ, по радио, в печатных изданиях, на «наружке» и в кинотеатрах превысило 188 тыс. шт. (данные по Москве с учетом национального размещения), почти на 30 тыс. больше, чем у «серебряного» призера и главного конкурента – PepsiCo. Наибольшее количество рекламных выходов обеспечили Coca-Cola кинотеатры: там компания также держит 1-е место и опережает ближайшего преследователя, финскую Nokia, более чем на 60 тыс. выходов.

На телевидении правит бал концерн Unilever: чай Lipton, дезодорант Rexona, бактерицидный гель Domestos и другие бренды фирмы появились на телеэкранах 142,3 тыс. раз. У PepsiCo, которая и здесь занимает второе место, количество выходов составило 86,2 тыс. В сфере наружной рекламы Unilever также претендовал на лидерство, но в итоге первое место с минимальным перевесом взяли «Мобильные телесистемы» – притом что в общем зачете эта сотовая компания замыкает топ-20 самых активных рекламодателей. По радио больше всех – 5310 выходов – рекламировалось фармацевтическое объединение Berlin-Chemie Menarini Group, известное своими сиропом от кашля «Бромгексин» и безрецептурными препаратами для улучшения пищеварения «Мезим» и «Эспумизан». Второе место на радио также досталось немцам – концерну Daimler AG, 3418 выходов. Все остальные участники топ-20 к радио проявили заметно меньший интерес, антирекордсмен – компания Nestle: 10 выходов за полугодие.

Наконец, среди коммерческой рекламы, опубликованной в печатных СМИ, лучшие позиции у компании Procter & Gamble: 1034 выхода. Совсем рядом – 943 выхода – L'Oreal.

Специалисты отмечают, что как в прошедшем, так и в наступающем полугодии на российский рекламный рынок все так же оказывают ведущее влияние два мощных тренда: государственное регулирование и укрупнение бизнеса. Безусловно, влияют на рынок и более специфичные вещи. Например, еще по итогам 2011 года (4%-ное падение продаж) компания L'Oreal начала сокращать расходы на рекламу, урезав ее на 6%, а, скажем, топовый рекламодатель Reckitt Benckiser (бытхимбренды Calgon, Cillit, Vanish, болеутоляющее Nurofen), наоборот, нарастил, опередив в итоге французскую компанию на 7 позиций в сводном топ-20. Непосредственным следствием этого явилось то обстоятельство, что байерское агентство ZenithOptimedia, которое обслуживает L'Oreal, в списке главных покупателей рекламы с первого места впервые за 2 года откатилось на 4-е, а возглавило рейтинг агентство MPG, у кого в клиентах среди прочих Reckitt Benckiser. Специалисты также отмечают, что благодаря возросшей потребительской активности населения в рекламу возвращаются деньги автомобильных

АНАСТАСИЯ НИКИФОРОВА

Генеральный директор медийного агентства PHD (BBDO Group)

За первые четыре месяца 2012 года затраты на рекламу фармацевтических средств остались на уровне аналогичного периода прошлого года и составили около $300 млн. Ожидается, что осенью, как в наиболее активный сезон, по большинству сегментов фармкатегории последует рост бюджетов. В случае введения запрета на рекламу безрецептурных средств и БАДов, фармацевтические бюджеты пойдут в сторону специализированных изданий, усиление размещения в местах продаж, но этот процент будет невелик. В большей мере, на наш взгляд, переключение произойдет в сторону интернета, социальных сетей, форумов. Следует отметить, что запрет не решит проблемы самолечения, с которой он призван бороться. Если безрецептурные лекарственные средства останутся в свободной продаже, то решение о покупке потребитель будет продолжать принимать самостоятельно, без обращения к врачу.

АЛЕКСАНДР ЗАХАРОВ

Генеральный директор медийного агентства «Карат» (Aegis Media)

Пивная категория составляла примерно 2% от всех медийных инвестиций в 2011 году, поэтому запрет рекламы пива не сильно повлияет на рекламный рынок с ежегодным ростом 15–20% в последнее время.

Анализ затрат крупнейших игроков категории свидетельствует о том, что пивные компании не стали увеличивать бюджеты перед полным запретом рекламы пива. Как и в 2011 году, основным медиа для «пивняков» осталось ТВ, хотя его доля несколько снизилась за счет увеличения инвестиций в наружную рекламу.

Более того, основные игроки в 2012 году снизили инвестиции в рекламу, за исключением нескольких региональных пивоваренных компаний. Например, расходы топ-5 рекламодателей в пивной категории на ТВ-рекламу снизились на 21% в первом полугодии 2012 года. Возможно, рекламные бюджеты были перераспределены в сторону мерчендайзинга.

На наш взгляд, не стоит ожидать значительного притока рекламных инвестиций в прессу, реклама пива в которой будет запрещена с 1 января 2013 года.

В сети Интернет новые законодательные ограничения могут мотивировать рекламодателей использовать более нестандартный подход к коммуникационным решениям и характеристикам контента. В сфере особого внимания компаний могут оказаться социальные сети и создание небрендированных закрытых сообществ, а таюже работа с базами CRM и директ-маркетинг.

брендов, во время кризиса сильно сокративших эти расходы. Например, корейские автопроизводители Kia Motors и Hyundai нарастили свои рекламные бюджеты на 73 и 81%, до 821 и 1,16 млрд рублей соответственно.

Что касается укрупнения бизнеса – этот процесс неизбежен и в далекой перспективе ведет к перераспределению брендами рекламных средств на другие виды продвижения своих товаров и услуг. Представители рекламного сообщества полагают, что со временем на рынке сформируется такая же картина, как в сегменте мобильной связи: вся «поляна» поделена между крупнейшими операторами, которые из года в год сокращают рекламные бюджеты, и этот тренд не в состоянии перебить даже появление и раскрутка новых технологий связи (3G и 4G). Как только ключевые клиенты в каждом сегменте выведут на рынок все бренды, которые запланировали, и решат основные бизнес-задачи, связанные с их присутствием, они постараются зафиксировать сложившийся расклад надолго, что приведет к уменьшению конкуренции внутри сегмента и неизбежному падению рекламных трат.

Второй мощный тренд в российской рекламе, государственное регулирование, со второго полугодия 2012-го будет оказывать на рынок еще большее влияние, чем обычно, благодаря поправкам в закон о рекламе, и тем, которые уже приняты, и тем, которые могут в нем появиться. Рекламисты, в общем-то, и так без административного прессинга практически не обходились: достаточно вспомнить, как год от года власти своими распоряжениями меняют сегмент наружной рекламы, особенно в крупных городах. По сведениям компании «ЭСПАР-Аналитик», из-за новых схем расположения объектов наружной рекламы, а также более досконального и даже пристрастного следования ГОСТу на размещение носителей парк рекламных конструкций в первом полугодии 2012 года начал сокращаться. Особенно это заметно в Москве, где власти не только сносят старые объекты, но и затягивают выдачу разрешений на новые.

Теперь же из-за поправок в федеральный закон «О рекламе», запретивших рекламу алкоголя в интернете (с 18.07.2012) и в печатных изданиях (с 1.01.2013), соответствующий сегмент рынка, чей объем в период расцвета, в середине нулевых, составлял более $600 млн, оказался практически полностью похороненным. Представители пивного и водочного лобби наконец-то могут пожать друг другу руки и выпить за здоровье и процветание тех компаний, которые пережили все предыдущие гонения и теперь, после запрета рекламы и перекрытия путей для появления новых продуктов и производителей, смогут спокойно повышать рентабельность своего бизнеса. Из цифр «пивных» рекламных бюджетов за первое полугодие 2012-го можно заключить, что такой исход событий устроил практически всех производителей (см. комментарий А.Захарова).

Возможный запрет на рекламу безрецептурных фармакологических средств, который думские депутаты собираются обсудить в течение сентября, стимулировал заметно большее движение в сегменте.

Во-первых, при первых же известиях о том, что такие поправки могут быть приняты, все ведущие фармпроизводители резко увеличили траты на раскрутку товара. Например, компания «Фармстандарт» (препарат «Пенталгин», витамины «Компливит»), по ее собственным данным, за первое полугодие 2012-го вложила в рекламу и маркетинг 998,7 млн рублей – на 51,5% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Еще одна крупная фирма, Stada CIS (препараты «Хондроксид», «Эссливер форте»), увеличила рекламные бюджеты на треть – абсолютных значений руководство компании называть не стало. Все фармпроизводители признаются, что спешат успеть до того, как рекламу их продукции запретят.

А во-вторых, согласно подсчетам медийного агентства PHD, подобный запрет может заметно отразиться на доходах радиостанций и телеканалов. Фармацевтические препараты приносят около 17% рекламного бюджета на радио и порядка 10% – на ТВ; все эти деньги могут безвозвратно уйти на другие формы продвижения, не имеющие к радио- и телеэфиру никакого отношения.

ПЕРИОД: 01.01.2012 – 30.06.2012; **ОХВАТ СМИ:** МОСКВА (С УЧЕТОМ НАЦИОНАЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ)

ТОП-20 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО КОЛИЧЕСТВУ ВЫХОДОВ РЕКЛАМЫ ВО ВСЕХ СМИ

№	РЕКЛАМОДАТЕЛЬ	ТВ	РАДИО	ПРЕССА	НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА	КИНОТЕАТР	TOTAL
1.	COCA-COLA	28 158	317	30	1 327	158 209	188 041
2.	PEPSI CO	86 246		145	1 174	71 068	158 633
3.	UNILEVER	142 324		333	2 636	11 832	157 125
4.	MARS-RUSSIA	79 509		12	1 510	62 148	143 179
5.	NOKIA	381	151	41	264	95 705	96 542
6.	SAMSUNG ELECTRONICS	8 107	447	323	540	85 025	94 442
7.	PROCTER & GAMBLE	71 353	256	1 034	1 371	1 204	75 218
8.	BERLIN-CHEMIE MENARINI GROUP	23 339	5 310		5	39 096	67 750
9.	HENKEL GROUP	57 326		42	808	5 070	63 246
10.	RECKITT BENCKISER	54 235		100	15		54 350
11.	KRAFT FOODS	48 767	109	49	1 552		50 477
12.	NESTLE	45 807	10	203	3 280		49 300
13.	МЕГАФОН	30 225	370	110	1 521	16 010	48 236
14.	BEIERSDORF AG (BDF)	16 149	239	170	317	29 382	46 257
15.	ADIDAS AG	10 279	276	38	57	35 293	45 943
16.	РЕКЛАМОДАТЕЛЬ БАЛАНИРЕВО					44 544	44 544
17.	L'OREAL	41 593	381	943	892		43 809
18.	DAIMLER AG	3 418	3 398	252	27	32 687	39 782
19.	БИЛАЙН	20 808	1 077	35	1 879	15 662	39 461
20.	МТС	31 909	1 696	155	2 645	2 178	38 583

Источник: TNS Russia

ПО-ВЗРОСЛОМУ

НОВЫЕ ЖАНРЫ И АДАПТАЦИИ
РОССИЙСКОГО ТЕЛЕСЕЗОНА 2012/2013

НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ СТАРТОВАЛ СЕЗОН 2012/2013. ЗНАЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ ВСТРЕТИЛА ЕГО С НОВОЙ АУДИТОРИЕЙ РЕКЛАМНЫХ ПРОДАЖ.

Ольга Гончарова

Изменения в баинговой аудитории, произошедшие в начале года, отразились на выборе премьер нового сезона. Уже в первую неделю сентября доля премьерных развлекательных шоу в эфире выросла вдвое по сравнению с началом прошлого сезона. Телеканалы ставят на юмористические программы, музыкальные шоу и психологические реалити.

Для каналов сезон начинается в разное время: некоторые запускают первые премьеры в августе, другие – в середине сентября или даже в октябре. Традиционно считается, что сезон начинается с первой недели сентября, когда заканчиваются школьные каникулы и все возвращаются из отпусков. Именно с сентября телеканалы запускают большое количество премьер, которые должны задать общий стиль эфирного наполнения в новом телевизионном году, а также продемонстрировать контентные отличия от конкурентов.

Одним из главных отличий сезона 2012/2013 от предыдущих стало то, что премьерные проекты должны были попасть в новую целевую аудиторию, по которой большая часть телеканалов начала продавать рекламу с 1 января 2012 года. Так, в большой шестерке каналов Первый перешел из категории «18+» в категорию «14–59», «Россия 1» – от аудитории «18+» к «25+», РЕН ТВ стала ориентироваться на аудиторию «25–59» вместо «25–54». СТС также планирует перейти на новую баинговую аудиторию «10–45», но с 1 января 2013 года. НТВ и ТНТ не меняли целевую аудиторию и продолжают в новом сезоне работать на зрителей «18+» и «6–54» соответственно.

Каналы анонсировали далеко не все свои премьеры, но начало сентября уже продемонстрировало новинки. По данным компании KVG Research, первую неделю нового телесезона шесть каналов (Первый, «Россия 1», НТВ, СТС, ТНТ, РЕН ТВ) предложили телезрителям около 200 премьерных эфирных событий, то есть почти половину от всего эфира в период с 3 по 9 сентября 2012 года. Если рассматривать исключительно премьерный контент, то 77% принадлежит ежедневным программам, продолжениям и новым сериям зарекомендовавших себя проектов, а 23% – премьерам сезона. Ситуация почти не изменилась по сравнению с началом сезона 2011/2012, когда в период с 29 августа по 4 сентября 22% от всех премьер также пришлось на новинки.

Между тем в жанровом отношении начало нынешнего сезона сильно отличается от предыдущего. В прошлом сезоне на первом месте среди премьерного контента были кинофильмы (29%), на втором телесериалы (27%), на третьем – документальные проекты (25%). Доля развлекательных программ составляла всего 6%.

В начале этого сезона первое место в жанровой структуре заняли документальные проекты (28%). В основном это связано с датами, которые выпали на первую неделю сезона: 200-летие Отечественной войны 1812 года, годовщина гибели хоккейной команды «Локомотив» и 75-летие Иосифа Кобзона. На втором месте оказались телесериалы (23,4%), на третьем – развлекательные программы (15%), доля которых по сравнению с прошлым сезоном выросла вдвое.

ПЕРВЫЙ КАНАЛ

Первый канал продолжает экспериментировать в эфире с разными жанрами и адаптировать новые развлекательные форматы. Самой громкой адаптацией нового сезона стал проект «Голос», произведенный по формату «The Voice», оригинальная версия которого вышла в Голландии в 2010 году и всего за два года была успешно адаптирована в десятках стран. Этой осенью появятся и новые сезоны уже зарекомендовавших себя адаптаций «Большие гонки» и «Минута славы».

Помимо шоу-соревнований Первый начал активно заимствовать сериальные форматы – так, 3 сентября состоялась премьера 45-серийной психодрамы «Без свидетелей», сделанной по формату «BETIPUL» («Пациенты», или «На лечении»), более известной в мире по версии канала HBO «In Treatment». «Телесериал сделан по израильскому формату и уже вышел в 12 странах мира. Мы вели переговоры о приобретении этого формата с 2009 года, согласовывая с владельцами формата особенности его адаптации в России, – рассказывает один из продюсеров «АВК Продакшн» Ольга Володина. – В России выйдет первая версия сериала, где главным героем будет женщина – психолог Татьяна Дубровина. Во всех других странах действие разворачивается вокруг мужчины-психолога. Таким образом, наш сериал в большей степени рассчитан на женскую аудиторию. На женщин рассчитан и другой сериал нового сезона Первого – 8-серийная драма «Хранимые судьбой», режиссером, продюсером и сценаристом которого стала Валентина Пиманова.

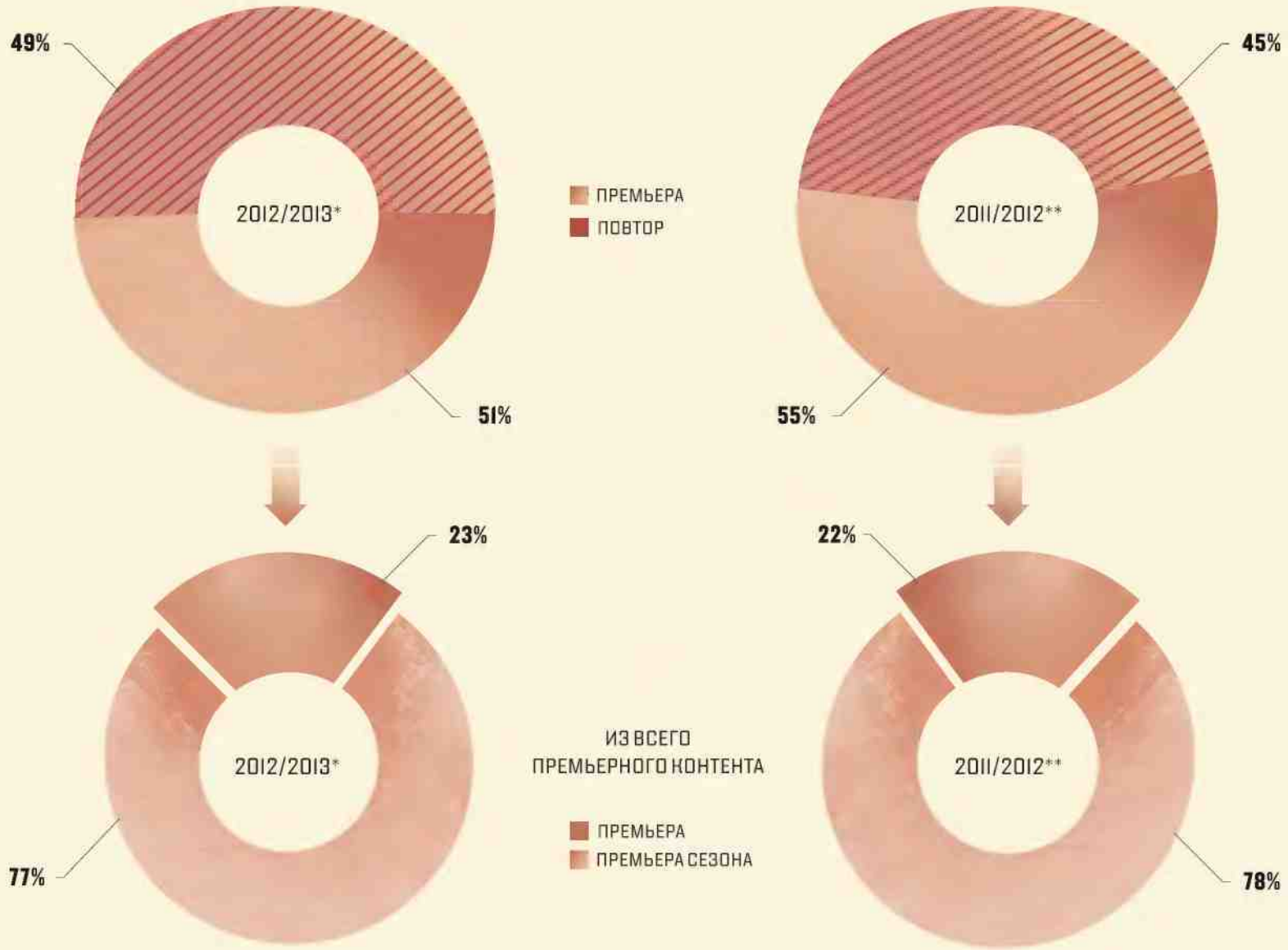
На начало сезона 2012/2013 пришлось и два спецпроекта Первого канала, произведенные Star Media: 4-серийный художественно-документальный фильм «1812», представляющий собой масштабную реконструкцию войны 1812 года с использованием 3D-графики, и 10-серийная биографическая драма «Анна Герман», премьера которой состоялась 3 сентября. «Анна Герман» – сложный экспериментальный проект с точки зрения производства, поскольку включает в себя элементы разных эпох, а его действие разворачивается в нескольких странах. С другой стороны, это вызвало к проекту высокий интерес со стороны телеканалов других стран. Практически одновременно с Россией сериал вышел еще в восьми странах мира», – уверяет продюсер Галина Балан-Тимкина.

Первый канал не обошелся и без нового воскресного ток-шоу – 1 сентября стартовала новая программа Андрея Малахова «Сегодня вечером».

РОССИЯ 1

«Россия 1» также запускает новую масштабную адаптацию музыкального шоу талантов под названием «Битва хоров», произведенного по формату «Clash of the Choirs». «Мы сами нашли этот формат и предложили телеканалу «Россия 1». Нам он показался интересным, поскольку это первый телевизионный музыкальный проект такого масштаба в России, в котором соревнуются не просто творческие единицы, а хоры», – рассказывает гендиректор «МБ Групп» Дина Морено Моралес. В этом сезоне «МБ Групп» произведет еще один проект для канала «Россия 1» – «Рецепт ее молодости», о женщинах старше 40 лет, адаптированный по формату «Sony Pictures». Он заменит медицинскую познавательную программу «Подари себе

РОССИЙСКИЙ ТЕЛЕСЕЗОН 2012/2013 VS. 2011/2012



* ПЕРИОД 3–9 СЕНТЯБРЯ 2012 ГОДА. ** ПЕРИОД 29 АВГУСТА – 4 СЕНТЯБРЯ 2011 ГОДА.
ТЕЛЕКАНАЛЫ: ПЕРВЫЙ КАНАЛ, РОССИЯ 1, НТВ, СТС, ТНТ, РЕН ТВ. ИСТОЧНИК: KVG RESEARCH

жизнь», которая выходила на «Россия 1» в прошлом сезоне.

Из сериалов на канале решили сделать ставку на новые серии, описывающие истории из жизни столичного доктора в провинции, – «Земский доктор. Продолжение», который стартовал 3 сентября в 21.30 по будням. Из новых сериалов можно отметить 23-серийный детектив «Без следа» кинокомпании «Русское», премьера которого состоялась 4 сентября в 17.30, а также исторический восьмисерийный сериал «Бомба», который находится в производстве Star Media. «Это знаковый и технически сложный проект с элементами action. Его действие происходит в военное время в конце 1940-х», – говорит продюсер проекта Галина Балан-Тимкина.

НТВ

НТВ хоть и не менял целевой аудитории, но в годовом отчете за 2011-й, опубликованном в мае 2012-го, говорится о том, что приоритетным направлением деятельности НТВ является поддержание стабильной доли в 14–15% совершеннолетней российской аудитории. При этом отмечается, что НТВ будет расширять жанровое предложение за счет «сокращения количества однотипных и тематически схожих программ, с одновременным запуском новых форматов в несвойственных НТВ жанрах, направленных в первую очередь на привлечение более молодых и премиальных сегментов аудитории (18–45)».

Если рассматривать новый сезон 2012/2013, то НТВ действительно поставил в эфир не только зарекомендовавшие себя программные и сериальные бренды, такие, например, как «Русские сенсации» и «Развод по-русски», или «Улицы разбитых фонарей – 12», транслировавшиеся по будням, но и начал развивать новые форматы. Уже в августе НТВ показал в эфире провокационные проекты «Луч Света» и цикл Андрея Лошака «Россия. Полное затмение». А 3 сентября состоялась премьера реалити-шоу «Звонок судьбы» с Петром Листерманом в качестве ведущего.

Одним из ключевых проектов нового сезона НТВ станет обновленное «Центральное телевидение», первые выпуски появятся в эфире в октябре. До ухода шеф-редактора Александра Уржанова в июле этого года программа выходила на НТВ каждое воскресенье. «В новом сезоне ее хронометраж увеличится с одного до трех часов, и она займет значительную часть воскресного прайма. По сути, это будет уже не просто программа, включающая репортажи и их обсуждение, а отдельный информационно-развлекательный телеканал в рамках НТВ, сочетающий в себе проекты разных жанров: репортажа, ток-шоу, концертных номеров, необычных акций, юмористических элементов», – утверждает источник, близкий к НТВ.

Разрабатывая новую концепцию программы, ее авторы ориентировались на известные западные аналоги в том числе, «The Daily Show» американского писателя, продюсера и ведущего Джона Стюарта, первый выпуск которого состоялся в 1999-м на телеканале Comedy Central.

Программу будет производить команда бывшего директора праймового вещания НТВ Николая Картозии. Отметим, что ранее программу готовила непосредственно

ЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО ТЕЛЕСЕЗОНА

* ПЕРИОД: 3–9 СЕНТЯБРЯ 2012 ГОДА. ** ПЕРИОД: 29 АВГУСТА – 4 СЕНТЯБРЯ 2011 ГОДА.
ТЕЛЕКАНАЛЫ: ПЕРВЫЙ КАНАЛ, «РОССИЯ 1», НТВ, СТС, ТНТ, РЕН ТВ. ИСТОЧНИК: KVG RESEARCH

дирекция праймового вещания НТВ, которая была ликвидирована после ухода Николая Картозии с канала.

Вместе с обновленным «ЦТ» воскресный прайм-тайм заполнило и новое остросоциальное ток-шоу Натальи Метлиной «Метла», первый выпуск которого вышел в эфир 9 сентября.

СТС

СТС одним из последних среди федеральных эфирных вещателей принял решение о переходе на новую целевую аудиторию, однако, по словам генпродюсера канала Вячеслава Муругова, уже с 1 сентября на СТС стартовала новая сетка, соответствующая интересам новой баинговой аудитории телеканала «10–45» с ядром «25–35». Сезон будет поделен на две части: до Нового года канал уделит внимание новые юмористическим проектам (в сентябре-октябре СТС даже планирует выпустить цикл под названием «История российского юмора») и продолжениям уже зарекомендовавших себя телесериалов и программ, а в начале следующего года предложит зрителям премьеры новых сериалов в разных жанрах и включит в свою сетку элементы вертикального программирования.

«Пятница в новом сезоне станет экспериментальным днем для новых комедийных проектов. Мы планируем значительно усилить свои позиции в этом жанре», – отмечает Вячеслав Муругов. До Нового года в эфире канала появится новое юмористическое шоу «Мясорупка» в жанре стендап комедии от «Уральских пельменей», новые выпуски мистического юмористического шоу «Люди Хэ», новый цикл программ «Слава богу, ты пришел!», а также комедийный телесериал «Кухня». «Кроме того, мы запустим первый российский скетчком со спецэффектами «Осколково», будем улучшать качество «Шести кадров» и «Даешь молодежь» и развивать кросс-платформенные проекты, которые разрабатываются как для телевидения, так и для интернета», – говорит Вячеслав Муругов.

Помимо юмористических шоу, СТС продолжит показ новых сезонов своих успешных проектов: «Папины дочки», продолжение сериалов «Закрытая школа» (адаптация испанского мистического триллера «El Internado») и «Дневник доктора Зайцевой» (адаптации немецкого сериала «Männer sind die beste Medizin»), «Восьмидесятые». Еще одним ключевым проектом нового сезона станет сериал в жанре fantasy «Пока цветет папоротник».

После Нового года на волне успеха «Закрытой школы» СТС планирует расширять линейку сериалов в жанре фантастики приключений – сейчас в разработке находятся сериалы в этом же жанре «Ангел или демон» и «Выжить после», которые выйдут в эфир в начале 2013-го. Кроме того, в январе в эфир СТС выйдет новый ситком «Последний из Могикян», основанный на историях из жизни межнациональной семьи.

ТНТ

«ТНТ продолжит показ прежних успешных телепроектов «Зайцев +1» и «Реальные пацаны», – говорят представители пресс-службы телеканала ТНТ. Кроме того, канал покажет новые сезоны уже зарекомендовавших себя проектов «Интерны», Comedy Club, «Универ», Comedy Battle.

РЕН ТВ

РЕН ТВ в новом сезоне продолжает развивать документалистику собственного производства – с 20 августа в эфире стартовал цикл «Под защитой», в котором рассказывается о новейших уголовных делах и подробностях о ходе следствия.

В октябре в эфир канала выйдет ежедневное психологическое реалити «Любовь 911». В проекте будут участвовать семейные пары, которым помогают преодолеть кризис психологи. «Психологи дают семейным парам задания, часто необычные и смешные, которые помогают им лучше понять друг друга, – говорит главный продюсер компании «Мир реалити продакшн» Владимир Утин. – Этот проект ориентирован чуть в большей степени на женскую аудиторию, как и другие проекты, которые мы разрабатываем для РЕН ТВ. Например, в новом сезоне мы произведем для этого канала еще два реалити-шоу о взаимоотношениях».

Однако главным событием станет возвращение сериала «Солдаты» – уже семнадцатый сезон. Впервые сериал производит не «Леан-М» (принадлежит Sony Pictures Television International), в рамках которой он создавался, а новая компания – продюсерский центр «Сила». «Сериал будет чуть менее комедийным, при производстве этого проекта мы делали упор на линии взаимоотношений главных героев. Вместе с героями сериал стал взрослее и ориентирован уже на более взрослую зрительскую аудиторию», – говорит генпродюсер продюсерского центра «Сила» Денис Головин.

Анализируя старт нового телесезона 2012/2013 можно отметить, что, не изменив общую пропорцию премьерного контента, каналы все же пересмотрели жанровую структуру и тематику проектов, которые предлагают этой осенью новой целевой аудитории. В эфире появилось достаточно большое число адаптаций. Насколько первые дни сентября отражают общий тренд телевизионного года и насколько верно каналы попали в свою целевую аудиторию, покажет время. И, разумеется, рейтинги.

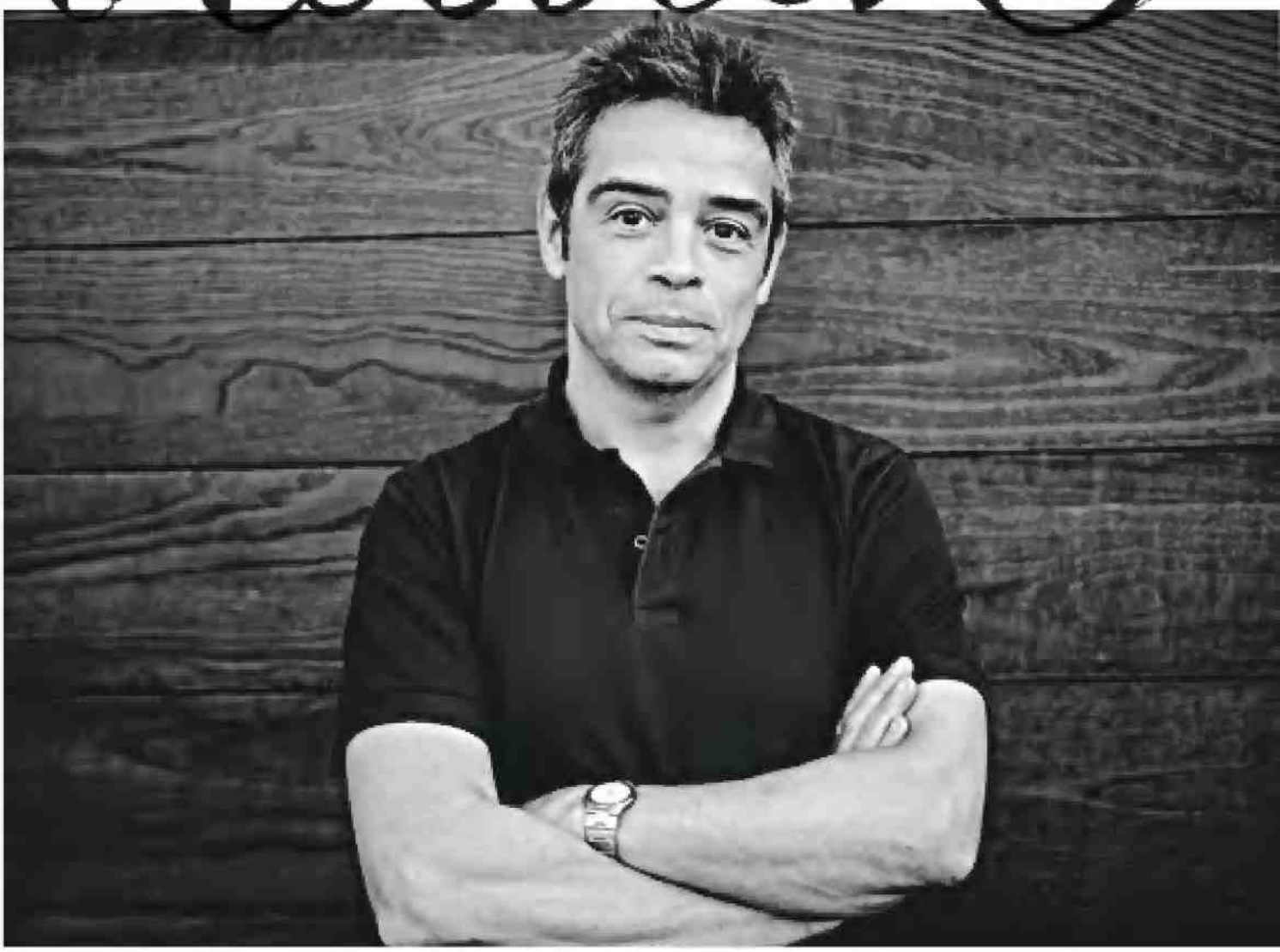
Мансарда

видовой ресторан

Санкт-Петербург
Почтамтская, д. 3-5
тел. (812) 946-43-03

GINZA PROJECT

French connection



ДМИТРИЙ ЖУРАВЛЕВ / DMITRYZHURAVLEV.COM

В ОКТЯБРЕ В НЕСКОЛЬКИХ РОССИЙСКИХ ГОРОДАХ СОСТОИТСЯ ФЕСТИВАЛЬ ФРАНЦУЗСКОГО КИНО, ОРГАНИЗОВАННЫЙ КОМПАНИЕЙ «ЮНИФРАНС». ЕКАТЕРИНА МЦИТУРИДЗЕ ВСТРЕТИЛАСЬ С ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ «ЮНИФРАНС» В РОССИИ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ ЖОЭЛЕМ ШАПРОНОМ, ЧТОБЫ ВЫЯСНИТЬ, ПОЧЕМУ ФРАНЦУЗСКАЯ МОДЕЛЬ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОКАТА КИНО СЧИТАЕТСЯ ПРАКТИЧЕСКИ СОВЕРШЕННОЙ И ЧТО В ТАКОМ СЛУЧАЕ МЕШАЕТ РОССИЙСКИМ ВЛАСТЯМ ПРИМЕНИТЬ ЕЕ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ.

Жоэль, мы с тобой познакомились в 1993-м. Ты привозил в Москву Жерара Депардье...

Да, это был февраль 1993-го, была целая делегация французской ассоциации авторов, режиссеров и продюсеров. Был Депардье, Пьер Ришар, Жан-Жак Анно... Помню большую встречу в Доме кино, где ты и брала у них интервью.

Это были мои первые интервью. Страшно вспомнить, когда это было. Что поменялось с того 1993 года в российском кино, на твой взгляд иностранца, который иногда про нас понимает гораздо лучше, чем мы сами?

На мой взгляд, за последние 20 лет поменялось все. Я не вижу ни одну область кино, которая была бы в том состоянии, в котором она была тогда.

А зритель?

Зритель стал меняться в конце 80-х. Если считать, что самый плохой год в истории российского проката – это 1997-й, потому что как раз тогда было всего лишь 36 с чем-то миллионов зрителей. Это самая маленькая цифра с 1917 года, можешь себе представить?! Такая низкая цифра была до революции. Если взять последнюю статистику от «Невафильм» – почти 80% россиян не посещают кинотеатры даже раз в год. Те, кто ходит в кино, – ходят по нескольку раз. Во Франции, я не сравниваю по количеству людей – нас гораздо меньше, но 61% французов сходили хотя бы один раз в кино за последний год. А у вас только 20%.

Да, вы первые в Европе.

Зритель поменялся, потому что при Советском Союзе даже в конце 80-х фактически все ходили в кино. Поменялся

и средний возраст зрителя. Сейчас 80% ваших зрителей – это люди моложе 29, 4% – это старше 50 лет. Во Франции в 2011 году возрастное посещение кинотеатров было следующим: от 15 до 24 лет – 26%, а от 50 и старше – 22%. Моя мама, которой 82 года, ходит в кино примерно раз в месяц. Таких случаев здесь практически нет.

Ну, твоя мама в Париже имеет более широкий выбор.

Совершенно верно. И еще – к сожалению, поведение большинства зрителей в России не соответствует тому поведению, которое ожидают зрители в возрасте.

Ты имеешь в виду, что людей старшего возраста отталкивает отсутствие культуры смотрения?

Да, культура смотрения. У нас такое невозможно.

Ты хочешь сказать, что на «Трансформерах» у вас не жуют попкорн, не пьют кока-колу и не говорят по телефону?

Это исключено.

Чем они тогда занимаются?

Представь себе – они кино смотрят. В большинстве кинотеатров есть система, блокирующая звонки. Но даже если это не сработало, достаточно, чтобы хоть один человек заговорил по телефону, все остальные на него зашикают. Во Франции существует отношение к кино, которое начинается с раннего возраста. У нас 5500 экранов – и нет ни одного кинотеатра, который стоял бы дальше чем в 35 км от жилого дома.

Это продуманная политика.

В 30–40-х годах, когда строили кинотеатры так же, как здесь, в основном это были моноэкраны. Когда стали появляться мультиплексы, то наши власти понимали, что нужно сохранить эту деятельность кино, потому что она объединяет людей. Если телевидение и видео разъединяет, потому что каждый смотрит у себя дома, то кино – это место, где люди сходятся. Для жизни города важно иметь кинотеатры в центре. Если они на отшибе в торговых центрах – это уже другое. В центре города – люди приезжают, встречаются, если еще кафе и ресторан рядом. Наши власти внимательно следят, чтобы кинотеатры не исчезали.

Они их субсидируют?

Могут и субсидировать, когда понимают, что частных инвестиций нет. Они помогают. Это внутренняя потребность. Всегда есть исключения, но на 99% могу сказать, что ни один мэр города не допустит, чтобы закрылся кинотеатр в центре города.

И он даже не готов продать здание под автосалон?

Естественно.

Это репортаж с Луны.

Ситуация немного изменилась за последние годы и здесь, в России. Появляются губернаторы, мэры, которые понимают, что хорошо было бы сохранить какой-то культурный центр в городе.

Например, екатеринбургские власти, которые помогают вам по фестивалю французского кино?

Да, и в Новосибирске потрясающий кинотеатр «Победа» – тоже молодцы.

Вы с Александром Мамутом написали полезную книгу: «Принципы и механизмы финансирования французского кино». Многие, кто мог бы воплощать ее в жизнь, говорят: книга хорошая, но к нам неприменима.

Наша система существует больше 60 лет. Это накопление опыта и адаптация ко всем новым видам технологий. Наша система, благодаря которой процветает французское кино, всегда адаптировалась – когда появилось телевидение, когда появились первые частные телеканалы, когда появилось видео, сейчас интернет, VOD...

НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ, УЧИТЫВАЯ СЛОЖНОСТИ, СВЯЗАННЫЕ СО СТРАНОЙ И С ГОРОДОМ, ПОТОМУ ЧТО В ОСНОВНОМ ЭТО МОСКВА, ПОКА НЕ ОЧЕНЬ НУЖНО ЗАРУБЕЖНЫМ ПРОДЮСЕРАМ ЗДЕСЬ ИСКАТЬ КОПРОДЮСЕРА, ЕСЛИ ДЕЙСТВИЕ ФИЛЬМА НЕ ПРОИСХОДИТ В РОССИИ.

У вас же не крадут на всех этапах – и в смысле билета, и в смысле бюджета?

CNC считает, что от кинопоказа уходит налево 2 или 1%, потому что все равно за всем не проследишь.

Это можно культурно назвать finders fee и сказать, что это не «налево», а «неучтенное направо».

Да. В «Юнифранс» мы собираем цифры, которые нам дают зарубежные дистрибьюторы. По одним источникам, у вас в прошлом году было 159 миллионов с чем-то зрителей, по другим – 162 миллиона, у нас один источник – это государство. Есть единый билет, поэтому государство, CNC следит за каждым билетом. Мы точно знаем, кто пошел и в котором часу на «Трансформеров», с какой скидкой, если он студент и так далее. В кинотеатрах очень просто – пускать человека без билета. Он тебе дает деньги, ты не выписываешь билет – и ты его пускаешь. Все дела. И никто этого не заметит, в отличие от магазина, если ты покупаешь стакан. Нужно, чтобы был след, что ты купил этот стакан, иначе потом, когда сделаешь учет: или у тебя стакан, или чек за стакан, но тебе надо что-то иметь. А тут был человек, не было человека, следов нет. Кинотеатры – это то место, где можно легко красть деньги. У нас это не происходит.

Почему? Патриотизм?

Или патриоты, или не сговариваются кассир с девушкой, которая пускает в кинотеатр. Я думаю, что зритель потребует билет. Если мне не дадут, я потребую билет, хотя бы потому, что ты знаешь, что сейчас ходишь по этому помещению с билетом – вышел, пошел в туалет. А вдруг тебя не пустят обратно – билет нужен.

Кто у вас Госкино? CNC? (Центр национальной кинематографии. – *Прим. Variety*)

Да, это базовая структура, которая собирает и распределяет деньги.

Оно субсидируется государством?

Нет. В этом весь фокус и глобальная разница. Мы не живем за счет госбюджета вообще. Есть 0,3% от Министерства культуры – совсем мало – несколько сотен тысяч евро, что для большого бюджета незаметно. CNC имеет право взимать налоги с каждого кинобилета, с оборота телеканалов, с провайдеров интернета – со всех источников существующих, благодаря которым люди могут смотреть кино.

А частные инвестиции?

Нет, CNC пополняет свой бюджет только за счет налогов. И потом распределяет их в производство фильмов, короткометражек и телепроектов, новых цифровых носителей, в поддержку производителей техники для киносъемок и кинопоказа, кинонаследия, проката, показа, экспорта, субсидирует Каннский фестиваль, «Юнифранс». Сейчас бюджет CNC около 700 млн евро в год. Было 550 млн, сейчас благодаря Интернету это около 700.

То есть пиратства в интернете у вас тоже нет?

Пиратство есть, но Франция – первая страна в мире, которая обзавелась жестким законом, касающимся пользователей нелегальных контентов с последующими санкциями. В 2009 году был создан госинститут, который называется Hadopi. У него 3 направления: продвигать развитие легального предложения и следить за легальным и нелегальным пользованием произведениями в интернете, предохранить произведения от посягательств на их права путем «градуального ответа».

Что такое «градуальный ответ»?

Правопреемник констатирует, что нелегально скачали его произведение. Он передает дело в Hadopi, который проверяет факты. Получив от провайдера, который стоит за адресом IP, Hadopi отправляет пирату 1-е предупреждение по мейлу. Если в течение 6 месяцев фиксируется очередное нарушение со стороны этого же пирата, Hadopi отправляет ему 2-е предупреждение – по почте и с уведомлением о получении. Если в течение года то же самое повторяется, 3-е предупреждение отправляется по почте и дело передается в суд. С 1 октября 2010-го по 30 июня 2012-го было отправлено 1,15 млн мейлов с первым предупреждением. Пришлось отправить 2-е предупреждение только 102 854 пиратам. Дело дошло до 3-го предупреждения всего лишь с 303 нарушителями! Что доказывает эффективность так называемого градуального ответа.

А к 303 какие санкции?

От отключения человека от интернета вообще до штрафа в 300 000 евро либо до трехлетнего тюремного заключения.

Как тогда с нами на копродукцию соглашаются люди?

Есть две проблемы с копродукцией в России. Это тарифы, цены, которые очень высокие, и это визовый режим. Российскую визу дают в течение месяца. Это невозможно. Плюс техника. Если с «Мосфильмом» можно как-то договориться, чтобы

были понижены цены, то все равно люди будут жить здесь. И это обходится жутко дорого. Плюс в Москве вечные пробки. Мне кажется, что на сегодняшний день, учитывая сложности, связанные со страной и с городом, потому что в основном это Москва, пока не очень нужно зарубежным продюсерам здесь искать копродюсера, если действие фильма не происходит в России. Если нет реальных сценарных причин, по которым нужно снимать, то пока я не вижу смысла в копродукции.

Если фильм российско-французский, его посмотрят и во Франции, и в России. Это тоже спорно?

Это очень спорно. Это вопрос наличия дистрибьютора. Были случаи, как «Восток-Запад», – удачные, и были случаи, когда фильм не вышел ни в одной стране, ни в другой.

Входит ли устранение обозначенных тобой проблем в задачи Российско-французской академии?

Это была одна из задач. По уставу Академии Россия, с одной стороны, а Франция, с другой, должны были вложить одинаковое количество денег. С французской стороны денег было мало, и с российской стороны денег тоже было мало, но это из-за французов. А потом – все-таки кризис, это была новая структура. Финансировать структуру на протяжении нескольких лет сейчас довольно сложно.

Но ее задумали в разгар кризиса.

Задумали здесь, в России, в разгар кризиса. Потом французы сказали: учитывая ситуацию, мы не можем вложить больше чем 200 000 евро. Фонд кино, со своей стороны, вложил тогда столько же, хотя мог бы больше, но ему устав Академии не позволял это делать. Выбрали 4 направления. Поскольку не было денег на совместное производство, решили, что будет выделяться сумма на развитие проекта. Создали отборочный комитет. Взяли два проекта – французский и русский – 40 тысяч евро на девелопмент. Французский анимационный фильм Реми Шайе «На вершине мира» и российский фильм Алексея Попогребского «Потерянные комнаты». Это одно направление. Второе – поддержка проката французских фильмов в России и российских – во Франции. Помощь дистрибьюторам в виде денег, в виде авиабилетов, то, что делает «Юнифранс».

И то, что делает Роскино, следуя вашему примеру.

Да, это правильно. Тем более пока очень мало русских картин выходит во Франции, в конце концов, это не требовало много денег. Третье направление – это обмен специалистами по кинонаследию – архивы, фильмофонд. И последнее – это образование, обмен студентами и т.д.

Что было сделано за то время, что ты там был?

Я ушел довольно быстро, через 6 месяцев. Не могу сказать, что было сделано. Выдвинули эти два проекта по девелопменту. На первой же Ассамблее в конце ноября 2011. В мае 2012-го я вышел из Академии, на последнем Каннском фестивале.

Когда мы говорим генеральная ассамблея чего-то в сфере нашего кино – это, прости, звучит комично.

Это ваша бюрократия и наша бюрократия.

Почему ты вышел из Академии?

Времени не было, у меня куча дел.

Когда ты начинал, ты думал что можешь что-то сделать?

У меня было ощущение, но потом я понял, что это невозможно. К тому же это отвлекало меня от «Юнифранс», а в «Юнифранс» я довольно много делаю.

А твой выход – это значит выход «Юнифранс» из Академии или «Юнифранс» остался?

«Юнифранс» как организация остается среди учредителей.

Ушла и Кристель Вержад, которая тоже была представителем «Юнифранс»?

Нет. Кристель была представителем Фонда кино.

Российского?

Да, она у них работала именно в связи с этой Академией, и она была секретарем Академии, я был казначеем. Она, уходя из Академии, поскольку она вошла в Фонд ради Академии, ушла и из Фонда кино.

Вы сочли, что дела не продвигаются, как бы вам хотелось?

У Кристель были свои причины. Я на самом деле посчитал, что это была моя ошибка, что я туда вошел. Я не посчитал, что это потребует много времени, что надо доставать и распределять деньги, – это занимает время.

ВО ФРАНЦИИ МЫ СНИМАЕМ НАЛОГ 11% СО ВСЕХ КИНОБИЛЕТОВ, ВКЛЮЧАЯ ФРАНЦУЗСКОЕ КИНО. ЕСЛИ ТОЛЬКО С ИНОСТРАННЫХ, ЭТО ПРОТЕКЦИОНИЗМ И УЩЕМЛЕНИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНА. ВТО ВРЯД ЛИ СОГЛАСИТСЯ С ЭТИМ.

Разве не проще просто инициировать совместный проект и понимать, куда этот фильм двигать?

Надо спросить у Паши Лунгина – это была его идея изначально. Я предполагал, что благодаря этой организации во многих направлениях будет сближение наших двух кинематографий.

Есть ли какие-то такие кросс-культурные институции у французов с другими странами?

Да. С немцами. Франко-немецкая академия. Ей уже лет 12. Французы вложили большие деньги, больше, чем в Российско-французскую академию, и немцы тоже. Плюс после Бельгии Германия является первым партнером по копродукции для французов. Эта Академия работает отлично, и французы, и немцы смогли устранить внутренние проблемы и смогли сблизить две кинематографии.

Французская и немецкая кинематографии – это две прозрачные системы. У немцев мощнейшие фонды кино.

Да. В этом отношении эта Академия была нужна, потому что, если у нас один CNC, то у немцев все фонды – в Гамбурге и Берлине. Хорошо, что в одной организации они все собрались. Ежегодно есть Генеральная ассамблея, твое любимое слово, Катя, она собирается в конце ноября – раз в Германии, раз во Франции, они все обсуждают, устраивают питчинги.

Германские фонды могут позволить себе ассамблеи. Проблема неструктурированности нашего кино упирается в человеческий фактор. Ты называешь это бюрократией. Что нужно сделать России, чтобы стать полноправным международным партнером в сфере кино?

Проблемы между французами и русскими во всех областях кино – между продавцами и прокатчиками, между копродюсерами. Разница, как на Луне и на Земле. У нас четкая организация кино, все прозрачно. Здесь – всегда есть подозрение, что кто-то врет. Никто не может доказать, что этот фильм собрал столько-то зрителей или у фильма такой-то бюджет. В копродукции это невозможно. Я с тобой согласен – человеческий фактор важен, но и не только. Ты правильно говоришь, с немцами мы на одном уровне по прозрачности и по организации производства, показа, проката. Я не исключаю, что кто-то и у нас крадет из бюджета. Если тебе говорят, что фильм стоит 3 млн, может, он стоил 2,9, но не 1,5 млн. Погрешность минимальная. А это странное слово в области культуры – тендер?! Могут быть тендеры на рекламную кампанию чего-то. Но не кино.

Как CNC решает, кому выделять деньги на производство?

У нас автоматическая система, которая получает 80% денег; 20% – это отборочная система. Отборочная система довольно лояльная. Есть отборочные комитеты по производству, по девелопменту, по прокату. И туда входят одни профессионалы, нет ни одного чиновника CNC. Они сами снимают кино, комитеты возобновляются каждые два года, для того чтобы люди не засиделись. Обязательно.

А эти самые люди, например, могут входить в комитет и получать деньги на свой фильм?

Нет.

Франция выдвинула на «Оскар» «1+1», в оригинале «Неприкасаемые». Картина Эрика Толедано и Оливье Накаша с бюджетом в $12,5 млн долларов собрала в мире $365 млн. Мировой прокат Gaumont (в США The Weinstein Company). Решение отправить на «Оскар» «1+1» приняла комиссия в составе 7 человек, 5 из которых выбирает министр культуры и которые ротируются ежегодно. В этот раз – это сценарист фильма «Пророк» Абдель Рауф Дафри, звезда «Артиста» Беренис Бежо, режиссер ленты «Иллюзионист» Сильван Шоме, продюсер картины «Класс» Кароль Скотта и гример фильма «Призрак» Дидье Лавернье. И 2 постоянных члена: генеральный директор Каннского фестиваля Тьери Фремо и председатель финансово-авансового комитета CNC, которым в настоящее время является известный издатель Поль Очаковски-Лоран (именно этот комитет выделяет финансы на съемки фильма, под аванс с условием последующего возврата денег с прибыли, полученной в прокате).

ДМИТРИЙ ЖУРАВЛЕВ / DMITRYZHURAVLEV.COM

В этом году нет, а через год, если он уже не будет в комитете, тогда – да?

Да. Плюс к этому в каждый комитет CNC пытается пригласить режиссеров, прокатчиков, сценаристов, актеров, показчиков и так далее, чтобы все области были представлены. Только не чиновники. Чиновники – поскольку они знают все правила, они присутствуют на заседаниях комитетов, напоминают правила, но права голоса у них нет. В конечном счете принимает окончательное решение CNC: когда комитет говорит, мы поддерживаем этот фильм, то это сам президент CNC Эрик Гарандо (Eric Garandeau) подписывает.

А Эрик может не подписать?

По-моему, было два скандальных случая за последние 10–15 лет. Это не Эрик, до него.

Что происходит в таком случае?

Уходит весь комитет, который говорит: «Нам сказали, что вы просто утверждаете, а у вас голоса нет». Скандал дикий.

Что такое госзаказ во французском понимании, если таковое имеет место быть?

Этого нет ни в каком виде. И быть не может.

Вы не заказываете фильмов, прославляющих французский дух, армию или заводы?

Нет. Я больше скажу, что меня действительно удручает в России, это когда у вас кто-то побеждает на фестивале, то очень часто и на меня, и на других нападают, что не тот фильм мы выбрали. Фильм «Класс» Лорана Канте получает «Золотую пальмовую ветвь» – абсолютно вся Франция довольна результатом. Никому из французов не приходит в голову, что мы плохо представляем Францию, нашу школу, наоборот. Здесь часто считают, что дискредитируют страну, наверняка из-за этого пошли разговоры о госзаказе. У нас нет госзаказа, каждый снимает что хочет.

Если фильм получает «Оскар», как, например, «Артист», – это лучший пиар Франции. Французская оскаровская комиссия подразумевает пожизненное членство?

Нет. Обязательная ротация ежегодно.

Кто-то имеет право, если его не устраивает решение комиссии, сказать – этот фильм не поедет?

Нет. Комитет решил, CNC утверждает. Поскольку у нас 200 с чем-то фильмов в год, есть шорт-лист, который составляет «Юнифранс», и CNC разработал критерии – сколько зрителей было во Франции, есть ли премии крупных международных фестивалей, во сколько стран фильм продан. Сейчас выбрали «1+1», конечно же.

«1+1» – то самое высокого уровня среднее кино, которого в России нет, к сожалению.

Во-первых, нет среднего кино, во-вторых, Россия в 2012 году единственная страна, где «1+1» не на первом месте среди французских фильмов по количеству зрителей. Обычно «1+1» – номер один в этом году, на втором месте «Артист». У вас «Джунгли зовут! В поисках Марсупилами» на первом месте пока что – 2012-й еще не закончился, и еще новый «Астерикс» не вышел. На втором месте «Артист», и на третьем только «1+1». Александр Роднянский считает, что ваш зритель еще не дорос.

Я считаю, что проблема в рекламе. У «Артиста» была отличная кампания, проведенная «Вольгой». Тратят огромные деньги на пустое. «Вольга» делает маленькие, но точные рекламные ходы, и почти все их фильмы работают. А «1+1» – это человеческая история, она привлекла мыслящую часть аудитории.

А как ее привлекать?

На «Артиста» пошла моя бабушка с подругами. До них донесли, что есть кино, которое им понравится. Я ей не рассказывала, она сама пошла. Многие не знают, что есть такой фильм «1+1», потому что рекламной кампании у него не было.

ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУ ФРАНЦУЗАМИ И РУССКИМИ ВО ВСЕХ ОБЛАСТЯХ КИНО – МЕЖДУ ПРОДАВЦАМИ И ПРОКАТЧИКАМИ, МЕЖДУ КОПРОДЮСЕРАМИ. РАЗНИЦА, КАК НА ЛУНЕ И НА ЗЕМЛЕ.

С одной стороны, я с тобой согласен, Катя, но мы отслеживаем столько стран, где далеко не все работают даже на уровне «Каскада» (дистрибьютор фильма «1+1». – *Прим. Variety*), а хуже. Все равно со временем люди пошли.

Ладно, прокат обсудили, переходим к фестивалям. Говорят, ты тот самый великий и ужасный, который не берет все наши фильмы на Каннский фестиваль, ты виноват в том, что снимается мало хорошего, и, кроме того, выбираешь ты все время не то.

Совершенно верно. Правда, в отличие от моих других коллег, не я выбираю, а Тьерри Фремо (директор Каннского кинофестиваля. – Прим. Variety) выбирает окончательно, после отборочного комитета. Но, конечно, ты права.

Как строится эта часть твоей работы?

Я смотрю все, что мне предлагают, и я сам пытаюсь достать, что мне не предлагают. В прошлом году я посмотрел 56 картин за 4 месяца. Я описываю Тьерри, что я посмотрел, какие преимущества этих картин. Когда говорят, что я отборщик, я говорю: нет, я загонщик, как на охоте. Мое дело – загонять зверей/фильмы, дело Тьери – отстреливать. Я считаю, и, видимо, не один, что все ваши «чернухи», из-за которых потом возникают скандалы, они по кинематографическому качеству сняты лучше. И не ко мне вопрос, почему комедийные, романтические картины такого низкого качества. Нас обвиняют в том, что мы не то кино выбираем и что опять мы представляем Россию с темной стороны. Но не мы снимаем это кино. Федорченко, Хомерики, Сокуров, Сигарев, Лозница, Мизгирев, Звягинцев, Германика – не мы их финансируем. Мы только отбираем.

С этим не поспоришь.

Если вы не хотите, чтобы было это мрачное представление, не давайте этим людям снимать кино тогда, но я очень боюсь, что без них средний уровень российского кино будет еще ниже. Мы берем из того, что есть. С какой стати какое-нибудь государство – Россия, Франция, США – будет запрещать людям делать то, что они хотят, или снимать то, что они хотят?! Я опять возвращаюсь к тому, что говорил насчет «Класса». Мы все довольны этой картиной. Мы говорим о кино, мы не говорим о рекламе страны. Хотите сделать трейлер, чтобы приехали в Россию ради туризма? Снимайте рекламу.

У нас, видимо, нет четких границ между рекламой, идеологией и искусством.

Когда ты выступаешь от Роскино, как я от «Юнифранс», и тебе говорят «посоветуй, может, на твоем фестивале будут хорошие или плохие картины» – я говорю: «Все хорошие, они все французские!» И все. Мне платят зарплату, потому что я защищаю французское кино. Когда я работаю для Канн – у меня один вкус, когда я работаю для «Юнифранс» – у меня нет вкуса, я защищаю интересы французского кино. Игуменцева – это российское кино, Лозница получил деньги от России – это российское кино. Даже если это частное кино, если фильм снят русским режиссером, русским продюсером, с русскими деньгами, даже без госбюджета. Он что не русский что ли? Тогда вы будете взимать НДС с него, потому что это зарубежное кино? Где граница?

Много вопросов, согласна. Сейчас еще квоту обсуждают на национальное кино.

Кстати, о квоте, Катя, я хочу воспользоваться случаем, чтобы опровергнуть информацию из сентябрьского Variety, в статье Ксении Болецкой утверждается, что во Франции есть квота. Так вот – во Франции нет квот в кинопрокате. Они есть на телевидении, но их нет в кинопрокате с 1950 года. Я читаю эту информацию в российской прессе не в первый раз и хочу заявить: она ложная! Средняя рыночная доля во Франции от 32 до 42% ежегодно складывается естественным образом – желанием французского зрителя смотреть свое кино. У нас целая система поощрений: CNC поддерживает кинотеатры, которые показывают артхаусное кино, прокатчиков, которые прокатывают картины из малоизвестных кинематографий и так далее. То есть CNC финансово не поддерживает кинотеатры и прокатчиков, которые катают французское кино! Я могу понять, что Россия хочет, чтобы россияне видели свое кино. Но зачем квоты? Квоты – это запрет. Лучше поддерживать и финансово помочь кинотеатрам, которые показывают определенное количество русских фильмов на определенном количестве сеансов. Как делает программа Europa Cinemas, которая субсидирует кинотеатры, показывающие определенное количество европейских фильмов.

Спасибо, что внес ясность, это важно. Жоэль, как ты относишься к идее взимать НДС с иностранных картин?

Конечно, это неправильно. Во Франции мы снимаем налог 11% со всех кинобилетов, включая французское кино. Если только с иностранных, это протекционизм и ущемление антимонопольного закона. ВТО вряд ли согласится с этим. С другой стороны, кто будет реально страдать от этого – все авторское зарубежное кино в первую очередь. Это еще хуже.

REVIEW

«Я ТОЖЕ ХОЧУ»

РОССИЯ, 2012

РЕЖИССЕР: АЛЕКСЕЙ БАЛАБАНОВ

В РОЛЯХ: АЛЕКСАНДР МОСИН, ОЛЕГ ГАРКУША, ЮРИЙ МАТВЕЕВ, АЛИСА ШИТИКОВА, АЛЕКСЕЙ БАЛАБАНОВ

Если свернуть по дороге, ведущей от Питера, налево – более точных указаний маршрута в фильме нет, – будет вечная ядерная зима, наступившая после некой техногенной катастрофы, а посреди заснеженных, усеянных трупами неудачливых «паломников» полей – Колокольня Счастья. Она «забирает» одних, других оставляет вечно лежать здесь, на поле, – каждому по заслугам, по ведомому ей, Колокольне, счету.

Об этом отец Алексей поведал отцу Рафаилу, а тот – своему прихожанину, которому нательный крест ничуть не мешает при исполнении своих повседневных обязанностей: убивать.

В баньке, под воблу, киллер (Александр Мосин) рассказывает о Колокольне своему другу-музыканту (Олег Гаркуша), в ответ слышит: «Я тоже хочу». Вдвоем они отправляются вызволять из больницы своего товарища (Юрий Матвеев). Тот забирает с собой отца. На выезде из города путники подсаживают в машину голосующую у дороги проститутку (Алиса Шитикова), выпускницу философского факультета ЛГУ, у которой нет других средств заработать на лекарства для матери.

В таком составе компания подъезжает к отделяющему лето от зимы шлагбауму, чтобы услышать от патруля: «Оттуда еще никто не возвращался. Патриарх велел всех пускать, но предупреждать». Эту фразу в своем сценарии на двенадцати, если не ошибаюсь, страницах, Балабанов писал тогда, когда патриарх Кирилл не стал еще «медийной персоной».

В новом, единственном, кстати, после «Войны», фильме Балабанова, действие которого не отнесено в прошлое, поражает удивительное сочетание абсолютнейшего, демонстративного незнания каких-либо реалий современности с обостренным чутьем на настроение и дух сегодняшнего дня.

Бандит, расстрелявший в начале фильма четверых, проститутка-философиня – очевидные гости из девяностых, из «Брата» и «Брата-2». Они не то что не могут существовать в наши дни, но перестали быть знаками времени. А вот доведенный до конечной точки эскапизм – когда хочется вырваться любой ценой, даже если путь один: легким дымком вверх, через зияющую в куполе колокольни дыру, – это ощущение, охватывающее все больше людей, Балабанов уловил точно.

Весь фильм и есть тщательно перенесенный на экран 12-страничный сценарий. Плюс фирменные балабановские проезды-проходы по городу и мрачное, средневековое пространство, в которое погружает зрителей четкая аскетичная камера Александра Симонова, после того как герои переезжают за шлагбаум.

Кажется, всю эту историю Балабанов затеял радио одного: чтобы в финале появиться самому и сообщить отвергнутому Колокольней киллеру, что и его тоже не берут, а он – режиссер, член Европейской киноакадемии. И задуматься: почему? Что в его фильмах такого, неугодного Колокольне? Вслед за режиссером обдумать собственные виды на Колокольню сможет каждый из нас.

Лариса Юсипова, «Известия»

«МАСТЕР»

(THE MASTER)
США, 2012

РЕЖИССЕР: ПОЛ ТОМАС АНДЕРСОН

В РОЛЯХ: ХОАКИН ФЕНИКС, ФИЛИП СЕЙМУР ХОФФМАН, ЭМИ АДАМС, ПРАЙС КАРСОН

Пол Томас Андерсон (Paul Thomas Anderson) всегда испытывал интерес к людям, подошедшим к последней черте, но в «Мастере» («The Master») это увлечение достигло роскошного апофеоза. «Мастер» не взрывает мозг, от него не захватывает дух, как от «Нефти» («There Will Be Blood»), но все же есть в них нечто общее: а именно пристальный взгляд, со всей безжалостностью направленный на социопата, оказавшегося в пограничном состоянии.

Музыка Джонни Гринвуда (Johnny Greenwood) сообщает нервную дрожь фильму, первые кадры которого являют нам образ человека, несомого по волнам в прямом и переносном смысле. Проведя последние дни Второй мировой где-то в южной части Тихого океана, ветеран Фредди Квелл (Феникс) сходит на берег с тягой к выпивке, ярко выраженной психосексуальной фиксацией и общей склонностью к нестабильному поведению.

Большая часть прошлого Фредди будет выставлена на всеобщее обозрение, когда он, мартовской ночью 1950 года забравшись на проплывающую мимо яхту, столкнется со странным харизматичным господином по имени Ланкастер Додд (Филип Сеймур Хоффман). Пассажиры судна, следующего из Сан-Франциско в Нью-Йорк через Панамский канал, все, как один, радеют за «Благое дело» – полубезумное учение, требующее заново публично проживать самые травматичные, глубоко запрятанные воспоминания, чтобы очистить разум от нежелательных побуждений и вернуть ему первозданное совершенство.

Ни «Церковь сайентологии», ни дианетика ни разу впрямую не упоминаются, однако параллели очевидны: отчасти в силу бросающегося в глаза сходства между Доддом в исполнении Хоффмана и Л. Роном Хаббардом (L. Ron Hubbard), отчасти в силу убежденности сторонников «Благого дела» в том, что им предстоит получить исцеление от болезней и поучаствовать в установлении мира на Земле. На деле картина целиком подчинена непрерывному перетягиванию каната между психически неустойчивым героем и движением, в которое ему так и не удается вписаться. Конфронтация между ними набирает обороты, достигая почти вулканической мощи. Поначалу Фредди мучительно старается влиться в коллектив, по требованию Додда бросаясь выполнять все более причудливые задания. Ближайшее окружение Додда – прежде всего, его смахивающая на леди Макбет жена в исполнении Эми Адамс (Amy Adams), чья задорная свежесть никогда еще не производила столь зловещего впечатления, – считает этого безумного пьяницу потерянным для общества и опасным. Однако изгнать Фредди оказывается не так-то просто: его связывает с учителем прочная привязанность и искренний интерес.

Хоффман достигает завораживающих высот: он сладкоречив и смешон, его ласковые глаза светятся от восхищения перед новыми возможностями, но его речи выдают несгибаемую волю и железную хватку. Додд – маньяк и чудовище, но его невозможно не полюбить.

Феникс, напротив, показывает Фредди человеком, мучимым немой яростью. Его жилистая фигура, размашистые движения и сжатые в гримасу челюсти отталкивают окружающих ровно тогда, когда он больше всего нуждается в понимании. Все строится таким образом, чтобы зритель не примеривал на себя его переживания, а скорее осознавал все могущество вступающих в борьбу социальных и психологических сил.

С помощью своего героя-аутсайдера фильм подводит зрителя к выводам, отличающимся извращенным оптимизмом: когда кто-то обещает тебе свободу, заманивая при этом в рабство, безумие может дать лучшую защиту, чем рассудок.

Джастин Чанг

REVIEW

«ПЬЕТА»

(PIETA)
ЮЖНАЯ КОРЕЯ, 2012

РЕЖИССЕР: КИМ КИ ДУК

В РОЛЯХ: ЙО МИН СУ, ЛИ ЧЖОН ЧЖИН

Поблуждав по Европе ради фильма «Аминь» («Amen») и поразглядывая собственный пупок в «Ариране» («Arirang»), Ким Ки Дук возвращается на родную землю, вновь принимаясь за прежние игры, и в итоге выдает «Пьету» («Pieta»). Притом что азиатское кино с жестокими расправами, изнасилованиями и глотанием малоаппетитных предметов уже не приносит прежнего коммерческого успеха, да и «Пьета» по меркам Ким Ки Дука получилась вполне кроткой, в любом случае этот искусный и, что важно, эмоционально насыщенный триллер про бандита, который встречает женщину, называющую себя его матерью, состоит из классической для этого режиссера смеси жестокости, остроумия и неоднозначных нравственных проблем.

Действие происходит в Чхонгечхоне – одном из центральных районов Сеула, где полно обветшавших фабрик и мастерских, населенных мелкими торговцами и ремесленниками. Люмпен-среда предоставляет обширное поле деятельности бандитам вроде работодателя главного героя (Сон Чон Хак/Son Jong Hak). Сам герой – по имени Кан До (красавчик Ли Чжон Чжин/Lee Jung Jin) – вышибала, чья работа – калечить должников, получая со страховых компаний деньги за их увечья.

Однажды, совершая свой обычный обход, то есть дробя конечности в станках и сталкивая людей с верхних этажей, Кан До замечает, что за ним по пятам ходит приятная женщина лет сорока – Ми Сун (великолепная Йо Мин Су/Cho Min Soo). Она оставляет еду под дверью убогой квартирки, где он живет в полном одиночестве, и даже помогает ему наказывать должников, а в конце концов признается, что она – та самая пропащая мать, которая бросила его в младенчестве, из-за чего в конечном итоге он и стал тем чудовищем, каким мы его видим.

Поначалу он недоверчив, но она полна решимости загладить вину и доказывает это, соглашаясь на унижения, которые лучше не описывать в подробностях – на случай, если этот текст попадется кому-нибудь за завтраком. Обретение благодатной материнской любви начинает сказываться на его желании калечить должников. Кан До становится уязвим.

После того как один из калек (Чо Чэ Рён, Jo Jae Ryong) выслеживает его и приставляет нож к горлу Ми Сун, герой начинает трястись над мамочкой, в которой души уже не чает. Следует сюжетный вираж – первый из нескольких, – заставляющий повествование вернуться к исходной точке, чтобы мы заново познакомились с уже известными персонажами. К финалу все сюжетные концы окажутся искусно, аккуратно и бережно подобраны.

Суровая городская среда, на фоне которой происходит действие, и умная оркестровка тем мести, жертвенности и искупления отсылают к «Плохому парню» («Bad Guy», 2001) и «Самаритянке»(Samaritan Girl», 2004), создавшим Киму репутацию одного из самых изобретательных и талантливых корейских режиссеров. Здесь он демонстрирует виртуозность, которая оправдывает самовосхваляющий титр «18-й фильм Ким Ки Дука», возникающий еще до названия. Очевидно, что Ким растет как художник и смягчается как человек. Финальная сцена бьет зрителя под дых и в то же время вызывает неудержимый смех ядовитой точностью своей драматической иронии.

Лесли Фелперин

«ИЗМЕНА»

РОССИЯ, 2012

РЕЖИССЕР: КИРИЛЛ СЕРЕБРЕННИКОВ

В РОЛЯХ: ФРАНЦИСКА ПЕТРИ, ДЕЯН ЛИЛИЧ, АЛЬБИНА ДЖАНАБАЕВА, АНДРЕЙ ЩЕТИНИН

На экране рыжая женщина с глазами уссурийской тигрицы делает реплику в сторону: «Мне изменяет муж». «Сочувствую, – тоже в неизвестное пространство отвечает лежащий перед ней полуголый симпатичный мужчина. – Нет-нет, не торопитесь – это пока диспансеризация». «Он изменяет мне с вашей женой», – обращаясь совсем уж к космическим далям, продолжает женщина.

Завязку сюжета благодаря проворному пиару знают многие. Что будет дальше – тоже ясно. Дальше Он (Деян Лилич) и Она (Франциска Петри) будут страдать то на пару, то каждый в одиночестве, а та, Другая Пара (Андрей Щетинин и Альбина Джанабаева), в какой-то момент выпадет голышом из окна, да так и застынет на осенней земле в позе счастья. И зритель должен быть готов к тому, что он так никогда и не узнает, были ли причастны к выпадению обманутые супруги. Потом Она продерется через лес, по дороге скинув старую одежду, как отмершую кожу, и, переодевшись в новое, выйдет из леса в иную жизнь. Там, в новой жизни, – новый муж (Артурс Скрастиньш), любящий и печальный, но когда-то инфицированная изменой, героиня теперь практикует адюльтер в собственной постели.

Серебренников – из тех режиссеров, деятельность которых аккуратно и эффективно строится на редком понимании требования момента. Когда в середине прошлого десятилетия российский кинематограф почувствовал голод по части нового киноязыка – появилась картина «Изображая жертву». Когда все наелись нового языка и отвалились в ожидании пикантного десерта, он подал «Юрьев день» – яркую матрешку с угрюмо-обличительным выражением лица. Теперь убийственная хохлома в багровых тонах естественным путем уступила место всему, что может иметь префикс «над»: наднациональное, надъязыковое. Дух веет где захочет, словом. Был бы дух. Но его надо еще уметь правильно распределить – иначе случится одышка.

«Измена» – кино одышливое. Оно ступает на длинную дистанцию, не позаботившись о том, что составляет главное дыхание всякого фильма, – об эмоциях. Эмоции вроде завезли, но забыли разморозить. Одна из лучших и претендующих на самую драматичную сцена, в которой героиня выбривает чуть ли не все части тела бритвой погибшего мужа, словно пытаясь запомнить любимого телом, впитать его в себя, давно уже нелюбимую, – повисает мертвым отражением самой себя. В сцене похорон неверных супругов зал начинает смеяться, вдруг почуяв черную комедию.

Здесь даже камера немыслимо холодна и надменна – в руках Олега Лукичева она похожа на язвительную старую деву, охотно описывающую все мельчайшие недостатки соседей, которые те сочли бы за благо скрыть. Может, поэтому латышская актриса Гуна Зариня в роли следовательши без ярко выраженных половых признаков и стала одной из главных удач фильма, что она честно играет существо, лишенное духа, души и эмоций. И потому от неожиданного шевеления в ней женского начала чувствуешь конец холоду. Но он возвращается, как только все остальные вновь начинают изображать жертвы.

Екатерина Барабаш, «Интерфакс»

REVIEW

«ОБЛАЧНЫЙ АТЛАС»

(CLOUD ATLAS)
ГЕРМАНИЯ, США, ГОНКОНГ, СИНГАПУР, 2012

РЕЖИССЕРЫ: ЛАНА ВАЧОВСКИ, ТОМ ТЫКВЕР, ЭНДИ ВАЧОВСКИ

В РОЛЯХ: ТОМ ХЭНКС, ХОЛЛИ БЕРРИ, ДЖИМ БРОУДБЕНТ, ХЬЮГО УИВИНГ, ДЖИМ СТЕРДЖЕСС

В основу «Облачного атласа» («Cloud Atlas») легла идея о том, что весь человеческий опыт един в стремлении к свободе, творчеству и любви. Три часа нешуточного умственного напряжения гарантируют зрителю щедрую эмоциональную отдачу. В кинематографе все чаще встречаются эксперименты с нарративом – это может быть просто нешаблонная подача истории, но иногда и выход в абсолютно иное измерение. Попыткой добиться именно последнего и стал масштабный независимый проект Тома Тыквера (Tom Tykwer) совместно с Ланой и Энди Вачовски (Lana & Andy Wachowski). Шесть, на первый взгляд, не связанных между собой историй переплетены таким образом, что параллели фейерверками вспыхивают в воображении зрителя.

Фильм снят по роману Дэвида Митчелла (David Mitchell) – это скорее даже не один роман, а шесть в одном – все новеллы исполнены в разных литературных жанрах, после чего разбиты и сплетены в единую сложносочиненную конструкцию на манер «Рукописи, найденной в Сарагосе» («Rekopis znaleziony w Saragossie», 1965). Экранизация отвергает новаторскую, но чересчур литературную структуру произведения в пользу более кинематографического подхода, стремясь выложить полдюжины историй одним махом. Этот трюк сродни жонглированию ножами – нужна и выдержка и незаурядное мастерство, ну а наблюдать, как перед твоими глазами разворачивается история длиной в полтысячелетия, без сомнения, интересно, тем более что основательная часть ее происходит в будущем.

Предыдущие картины режиссеров безраздельно овладевали вниманием зрителя с самой первой сцены, но этот фильм по природе своего воздействия ближе к симфонии. На экране сменяют друг друга отрывки из всех шести самостоятельных сюжетных линий, постепенно подводя зрителя к основной части повествования, в которой до того разрозненные элементы будут сливаться воедино в различных сочетаниях. С присущим им мастерством Вачовски решают хронологически самый ранний эпизод и две сюжетные линии, разворачивающиеся в будущем, а Тыквер берет на себя три истории, происходящие в реалиях современных или близких к ним. В их число входит и комическая новелла с Джимом Броудбентом (Jim Broadbent) в роли преклонных лет литредактора Тимоти Кавендиша. Место действия новеллы – Лондон наших дней.

Броудбент, как и другие актеры, появляется на экране в разных ипостасях, создавая также образы прожженного капитана корабля и всемирно известного композитора. У него есть и пара других, совсем эпизодических появлений, в которых, искусно загримированный, он едва ли будет распознан зрителем с первого взгляда. В каждой истории есть место романтике – начиная с 1849 года, когда американский юрист Адам Юинг (Джим Стерджесс/Jim Sturgess) разлучается со своей возлюбленной (Дуна Пэ/Doona Bae) после неурядиц во время вояжа по Тихому океану, и вплоть до 2346-го – года, когда скромный пастух (Том Хэнкс/Tom Hanks) влюбляется в героиню Холли Берри (Halle Berry), эмиссара высокотехнологичной цивилизации на постапокалиптических Гавайях.

Главная роль отведена Берри в другом эпизоде, действие которого происходит около 1973 года. Она играет Луизу Рей, журналистку из Сан-Франциско, которая ведет расследование об угрозе взрыва ядерного реактора. Помощь ей оказывает ученый Руфус Сиксмит (Джеймс Д'Арси/James D'Arcy), его же можно заметить и в другой новелле, действие которой разворачивается в Кембридже в 1936-м. Это трогательная история однополой любви с участием Бена Уишоу (Ben Whishaw) в роли талантливого музыканта, пытающегося написать то, что станет главной музыкальной темой фильма, – секстет «Облачный атлас», красивую композицию, в действительности сочиненную Тыквером, Джонни Клаймеком (Johnny Klimek) и Райнхольдом Хайлем (Reinhold Heil).

Самая противоречивая и важнейшая из сюжетных линий – именно она сплетает воедино всю канву повествования – разворачивается в 2144 году в Новом Сеуле, городе с четким социальным расслоением, навевающем воспоминания о «Бегущем по лезвию» («Blade Runner», 1982), в котором клонированные рабочие служат своим хозяевам. (К 2346-му средний класс будет безжалостно искоренен – и все общество можно будет запросто поделить на астронавтов и пещерных жителей.) Все шесть историй предполагают разный стиль воплощения, и то своеобразное разделение труда, на которое пошли режиссеры на фоне общего успеха проекта, не стоит расценивать как компромисс, скорее можно поставить такое решение им в заслугу.

В романе Митчелла читатель должен выискивать пересечения между историями самостоятельно, лишь повторяющаяся деталь – родимое пятно в форме кометы – наводит на мысль, что все это воплощения одной и той же души. В фильме истории перекликаются более явно: путевые записки из тихоокеанского путешествия Адама Юинга попадают в руки к Фробишеру, переписка которого с Сиксмитом всплывает в новелле о Луизе Рей и позже публикуется Кавендишем, чей рассказ, в свою очередь, адаптируется для кино, а Сонми-451 (Пэ) демонстрирует уже снятый фильм в Новом Сеуле как образчик футуризма. Последнее пересечение пусть зритель обнаружит сам, но достаточно сказать, что некоторые темы пронизывают весь фильм: так жест освобождения раба в 1849-м отразится сквозь время и достигнет кульминации в мятеже, направленном на смену общественной парадигмы, а развязка этого мотива произойдет лишь два века спустя.

Благодаря тому, как трио сценаристов и режиссеров подает историю в целом, некоторые зацепки пропустить невозможно.

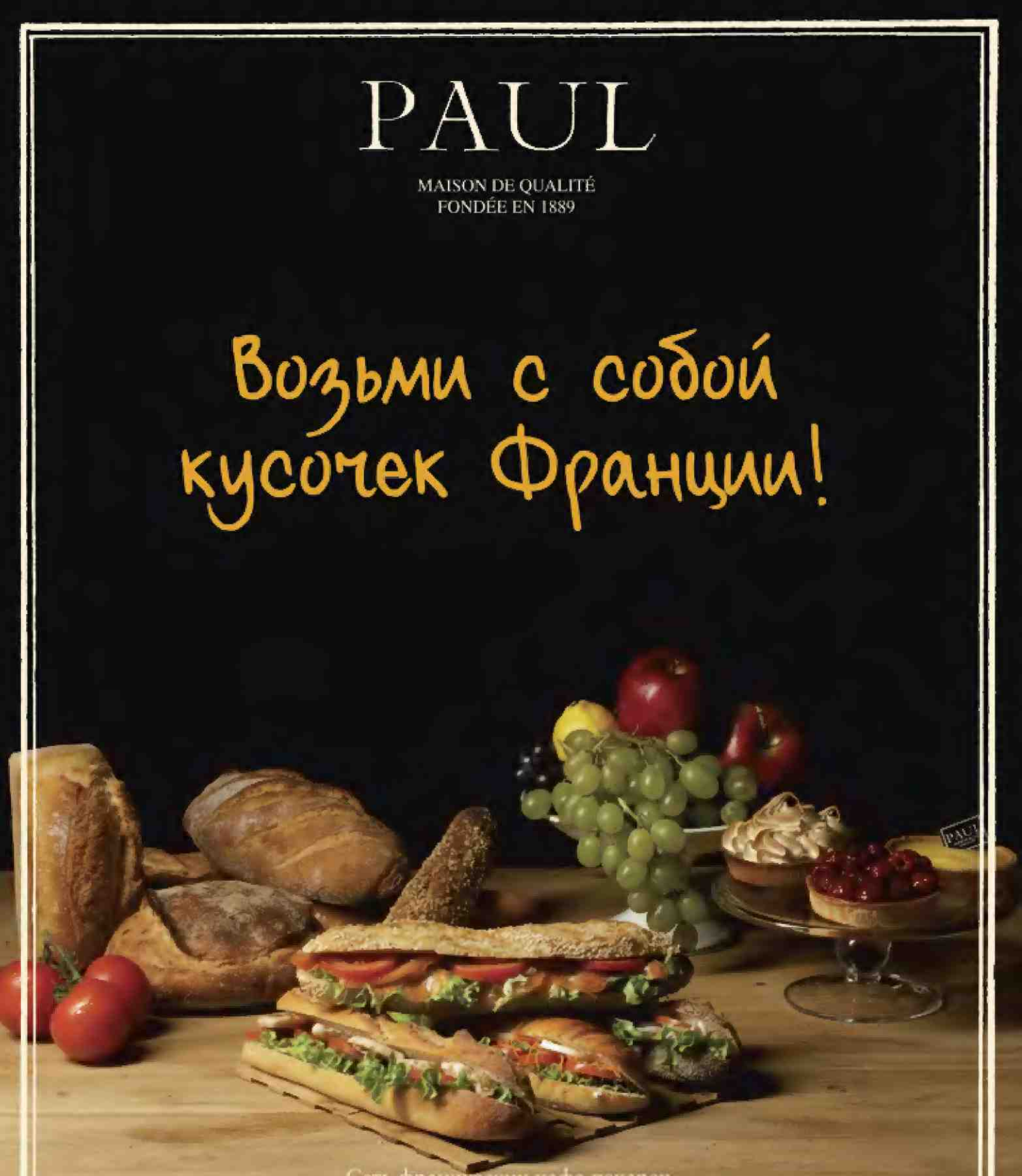
Актерам, сыгравшим в «Облачном атласе», приходилось решать непростые задачи – многие из них играли представителей иных рас или персонажей противоположного пола. Например, Хьюго Уивинг играет злодеев практически всех возрастов – от бессердечного корейского хозяина жизни до санитара, напоминающего Сестру Рэтчед из «Пролетая над гнездом кукушки» («One Flew Over the Cuckoo's Nest», 1975). Пойдя по этому пути, создатели фильма продемонстрировали, что кастинг – это не просто подбор актеров по внешним данным, а также напомнили зрителю, почему ремесло актера именуют искусством.

Питер Дебрюж

PAUL

MAISON DE QUALITÉ
FONDÉE EN 1889

Возьми с собой кусочек Франции!



Сеть французских кафе-пекарен

Москва, ул. Арбат, 54/2, стр.1
+7 (495) 783-16-38

Москва, ул. Тверская, 23/12, стр.1
+7 (495) 560 49 48

RUSSIA: VOD AGAINST PIRACY

THE WAR OF EXCLUSIVES

UNLIKE MOST IN EUROPEAN COUNTRIES AND USA, DIGITAL CONTENT DISTRIBUTION APPEARED IN RUSSIA ONLY SEVERAL YEARS AGO THANKS TO OPTIMISTIC FORECASTS FOR THE GROWTH OF INTERNET ADVERTISING. VOD SERVICES HAVE BEEN ACTIVELY ATTRACTING INVESTMENTS. THEIR GROWTH IS HAMPERED BY THE STATE'S PASSIVITY IN THE WAR AGAINST INTERNET PIRACY.

Kirill Tabachenko

THE FIRST STEPS

Among the pioneers on the VOD market in Russia were such websites as KinoCOD and Tvigle. KinoCOD was a project of the network operator Netville, for which digital distribution of video content was only one area of activity among many. Tvigle.ru was marketed as a free entertainment Internet TV with its own original content and ads.

The real rise of VOD services in Russia began two years ago. February 2010 saw the launch of ivi.ru; in March a new service, Video Rentals, was launched at the Omlet.ru website; TVZavr and Zoomby.ru were launched in April and May, respectively, and in March 2011 Now.ru began operating. Initial investments into most of VOD services averaged $8–10 million. Zoomby.ru and Now.ru were the most expensive projects, while TVZavr was launched «for only a few million dollars». The most expensive services received financial support from TV channels. VGTRK holding supported Zoomby.ru, while Now.ru was launched by the TNT channel owned by Gasprom-Media holding.

ADVERTISEMENT-BASED MODEL

One of the characteristic features of the Russian digital distribution market is the dominance of the advertisement-based business model. The clients' ability to watch content for free is ensured by ads. The most striking example of this model in the West is the American service Hulu.com. The preference for this model in Russia has been based not only on the growth of Internet advertisement, but also on the specifics of the Russian market and on Russian consumer habits. The high percentage of pirated content and free access to it on physical drives as well as on the Internet (including local Internet providers' networks, torrent trackers, and the largest Russian social network Vkontakte) made successful distribution of paid content highly problematic.

Another obstacle on the way of traditional Western paid model has been the unpopularity of credit cards in Russia and the underdevelopment of payment systems. While in the United States credit cards have been used for payment for goods, services, and subscription for decades, in Russia credit cards not so popular, especially in the provinces. At the same time, alternative payment systems are either inconvenient, or their service fees are too big. As a consequence, the advertisement-based model, which is not so widespread in the West, has proved to be the best option in Russia.

MAJORS AND THE PAID BIZ MODEL

The advertisement-based business model has one significant drawback. American majors refuse to give their content for free viewing. They have broken this rule only in exceptional cases (for several TV series).

This was one of the reasons services such as Omlet.ru and Now.ru chose the paid business model as their primary one from the beginning. They were the ones to receive content from major Hollywood studios. Meanwhile. Tvigle.ru, ivi.ru, TVZavr, and Zoomby.ru, which chose the advertisement-based model, have been unable to reach agreements with majors about acquiring Hollywood films on adequate terms. In the end, ivi.ru launched their paid section in February 2012, and TVZavr announced the launch of theirs for August. In the case of the former, the service provides its clients with two options: either to pay for ads-free viewing of a single new Hollywood film for 79 rubles ($2,5), or to buy a monthly subscription for a catalog of films by majors for 299 rubles ($10).

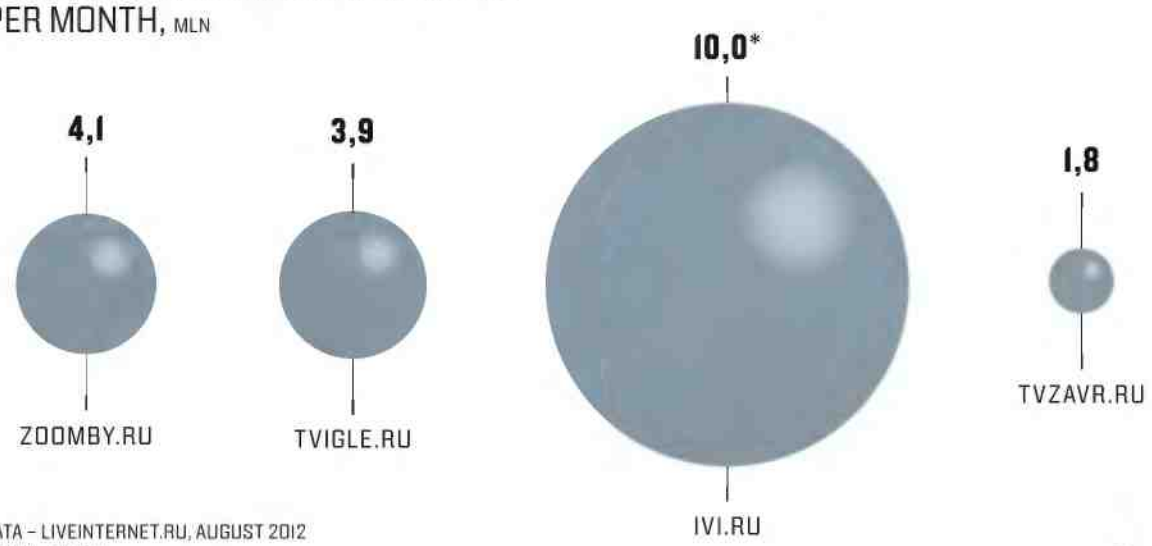
EXPANSION INTO REGIONS

Connected devices are one of the development priorities for most of VOD services. They strive to be available on the largest number of television sets (Smart TV), smartphones with various platforms (iOS, Android, Windows, Symbian, Bada), various tablets etc. The reason is simple: legal VOD services have to compete with pirated content on PCs, while the platform itself is not conductive to comfortable movie viewing experience.

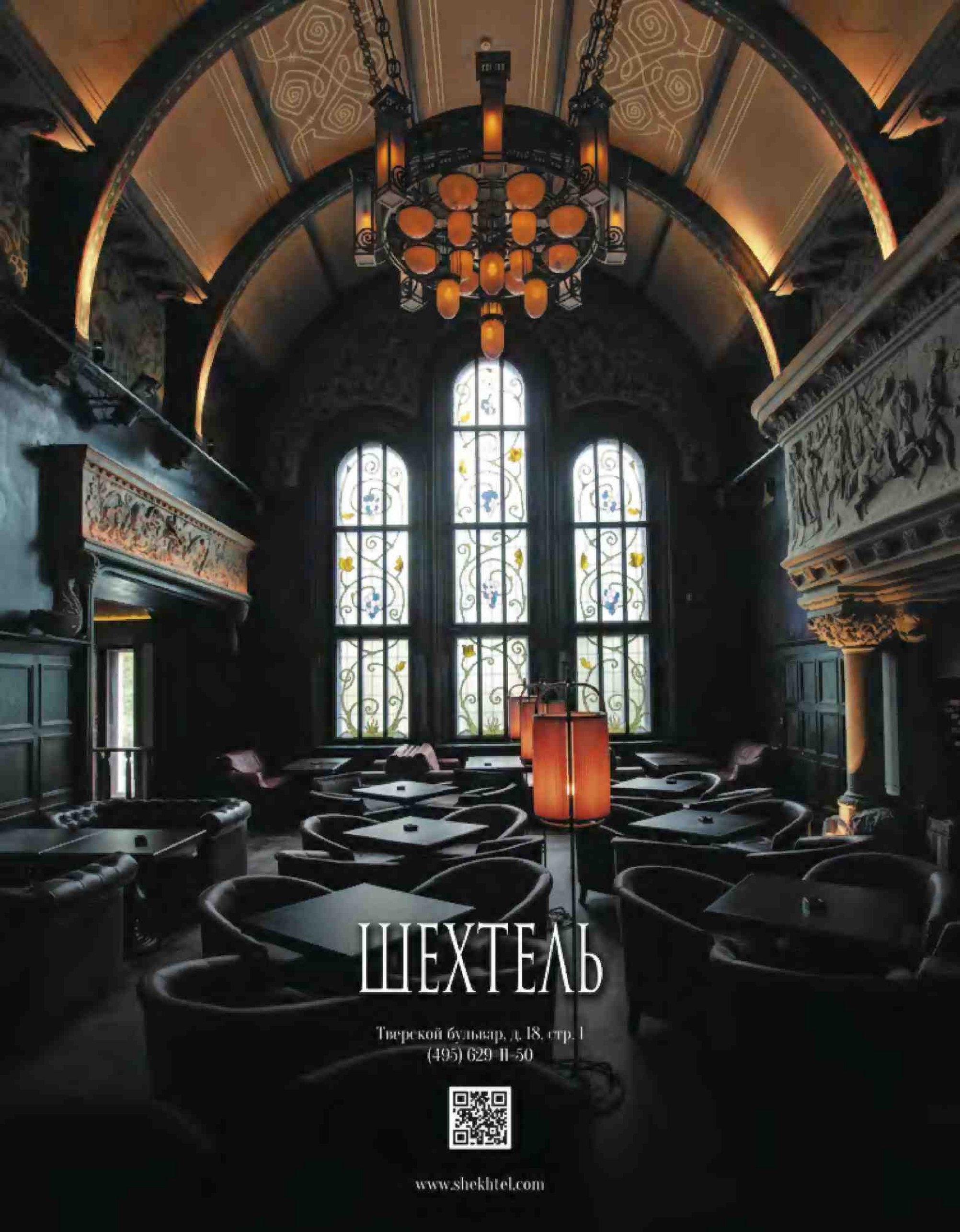
Another important line of development for VOD services is Content Delivery Network (CDN). It allows optimizing delivery and distribution of content to its end consumer with the help of geographically distributed network infrastructure. A user in Vladivostok could have such a bad connection to a Moscow-located server that comfortable movie-viewing would be technically impossible. The answer to this problem lies in installing servers in immediate proximity to the end user.

While launching CDN in Russian regions market players have repeatedly remarked on the significant increase in the number of consumers, and some even reported that regional users outnumbered Moscow ones.

NUMBER OF VOD SERVICES VISITORS PER MONTH, MLN



DATA – LIVEINTERNET.RU, AUGUST 2012
* DATA – IVI.RU


ШЕХТЕЛЬ
Тверской бульвар, д. 18, стр. 1
(495) 629-11-50
www.shekhtel.com

THE WAR OF EXCLUSIVES

Every Russian VOD service has its own peculiarities and advantages over is competitors. At its launch, Tvigle.ru emphasized original commissioned content. Vidimax (investments by Troika Dialogue is $4,25 million) tried to create a platform in the form of open system for publication and distribution of licensed content. It was also the first of non-providers to promote set-top boxes. Zoomby.ru chose the «catch up» model that allows viewers to watch TV programs on the Internet after their air date. Now.ru followed in the footsteps of the well-known American service Netflix and decided to play up its subscription service, which also includes films by American majors that are not accessible in free online movie theaters of its competitors.

One of the main problems of the Russian VOD market is the uniformity of content. In the first years of the development of digital distribution only a few independent companies offered their content to VOD services. One of the pioneers in this was the Russian film company Central Partnership. As a result, identical film packages could be found in several online film theaters simultaneously.

The solution to this problem came in the form of various exclusive deals. This could mean an exclusive slot before the film becomes available on competing services or is even released on DVD and Blu-Ray. Or it could involve straight-to-VOD release of small budget Russian films or a release simultaneous with the start of theatrical distribution. Some cases involved whole packages of films, both of Russian and Hollywood studios.

All this led to inflation of content prices. The cost of one exclusive Russian film could reach tens of thousands of dollars, while afterwards the film could tank at the box office. Whether it was possible to recoup such expenditures on a single project with the help of advertisement-based model is an urgent question for the Russian VOD market.

On the other hand, one of the major players on the field of exclusive content, ivi.ru, was able to use this strategy and a wide advertising campaign to acquire a substantial share of the market. In early September ivi.ru attracted $40 million for development from the direct investments fund Baring Vostok and from its own shareholders. According to the company's managing director, Oleg Tumanov, this investment will be directed towards development of the site's technological platform, and towards expansion and consolidation of the service's presence on mobile platforms and Smart TV. At the present moment ivi.ru's catalog includes more than 65 000 content units. According to TNS Web Index, in July the site attracted 4,2 million unique users.

FROM SAINT PETERSBURG TO CANNES

LANCERS WILL DROP BY MIPCOM

A FILM ABOUT THE PATRIOTIC WAR OF 1812: LANCERS BALLADE (ULANSKAIA BALLADA), WILL BE RELEASED IN RUSSIA ON 1 NOVEMBER (THE ANTICIPATED NUMBER OF COPIES IS 1000). FILM INDUSTRY PROFESSIONALS WILL GET TO SEE THE FILM BEFORE ITS OFFICIAL RELEASE.

Nikolai Larionov

Russian historical adventure film 1812: Lancers Ballade (produced by Central Partnership) will open the major international film forum MIPCOM. It has been organized by the French company REED MIDEM since 1963. The film will be shown at the official opening ceremony of the Forum on 8 October at the Palais des Festivals in Cannes.

Earlier the film was shown during the International forum and exhibition KinoExpo that was held in Saint Petersburg on September 17–21.

1812: Lancers Ballade was directed by Oleg Fesenko (Witch, Street Racers), and its cast includes Sergey Bezrukov (Match, The Admiral), Anatoliy Belyy (Steel Butterfly), Stanislav Duzhnikov (TV-series The Voronins), and Anna Chipovskaya (The Spy). The story revolves around Napoleon's secret agent who, on the eve of the crucial battle of Borodino, steals the battle plan. When General Kutuzov finds out about it, he sends the three of best lancers to Poland, to overtake the spy and get the plan back.

Despite big production costs, there have been a lot of recent historical films made in Russia, to a large extent due to financial support of the state, which shows interest in patriotic films. Andrey Proshkin's The Horde (Orda) is the most recent historical film released in Russia. On its first weekend the film about the Golden Horde earned $1,5 million.

TOP-GROSSING HISTORICAL MOVIES IN RUSSIAN DISTRIBUTION, MLN $

РЕКЛАМА

ОТ РЕЖИССЁРА
«О ЧЁМ ГОВОРЯТ МУЖЧИНЫ»

СТС

YELLOW, BLACK AND WHITE

КУХНЯ

ВКУСНАЯ КОМЕДИЯ

РЕЖИССЁР
ДМИТРИЙ ДЬЯЧЕНКО

16+

ДМИТРИЙ НАЗАРОВ
МАРК БОГАТЫРЁВ
ДМИТРИЙ НАГИЕВ
ЕЛЕНА ПОДКАМИНСКАЯ
МАРИНА МОГИЛЕВСКАЯ
СЕРГЕЙ ЛАВЫГИН
ЮЛИЯ ТАКШИНА
ВИКТОР ХОРИНЯК
НИКИТА ТАРАСОВ
СЕРГЕЙ ЕПИШЕВ

KEY STONE

ПО ВСЕМ ВОПРОСАМ ДИСТРИБУЦИИ ОБРАЩАЙТЕСЬ ПО АДРЕСУ G.SHABANOV@ALLMEDIACOMPANY.RU, ГЕОРГИЙ ШАБАНОВ.

VARIETY RUSSIA CONGRATULATIONS

ОКТЯБРЬ

1
РОМАН СТОЛЯРСКИЙ, ГЕНДИРЕКТОР ХОЛДИНГА «РЕД МЕДИА»
АНДРЕЙ ТЕРЕШОК, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «КРОНВЕРК СИНЕМА»
ЧУЛПАН ХАМАТОВА, АКТРИСА, ПРОДЮСЕР

3
АРМЕН ДЖИГАРХАНЯН, АКТЕР, РЕЖИССЕР, ПЕДАГОГ
ЭДУАРД САГАЛАЕВ, ПРЕЗИДЕНТ НАЦИОНАЛЬНОЙ АССОЦИАЦИИ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ
ВЛАДИМИР ШИРОКОВ, ГЕНПРОДЮСЕР ТЕЛЕРАДИОКОМПАНИИ «СТАРТ»

4
СИТОРА АЛИЕВА, ПРОГРАММНЫЙ ДИРЕКТОР ФЕСТИВАЛЯ «КИНОТАВР»
МАРЛЕН ХУЦИЕВ, РЕЖИССЕР, СЦЕНАРИСТ, ПЕДАГОГ

5
ИННА ЧУРИКОВА, АКТРИСА
ИРИНА УСАЧЕВА, ДИРЕКТОР МЕЖДУНАРОДНО-МАРКЕТИНГОВОГО ОТДЕЛА «КАРО ПРЕМЬЕР»

7
АЛЕКСАНДР ОРДЖОНИКИДЗЕ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР МЕДИАХОЛДИНГА «РЕН ТВ»

8
ЛЕОНИД КУРАВЛЁВ, АКТЕР

9
АЛЕКСАНДР ЛИТВИНОВ, ПРОДЮСЕР, ГЕНДИРЕКТОР «ПРОДЮСЕРСКОЙ КОМПАНИИ АЛЕКСАНДРА ЛИТВИНОВА»

10
ГЕОРГИЙ ШАБАНОВ, ГЕНДИРЕКТОР АГЕНТСТВА ALL MEDIA
ФИЛИПП ЯНКОВСКИЙ, АКТЕР, РЕЖИССЕР

11
МАРИЯ БЕЗЕНКОВА, РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА ДИСТРИБУЦИИ НЕВАФИЛЬМ EMOTION
ИГОРЬ ВЕРНИК, АКТЕР, ПРОДЮСЕР, РАДИО- И ТЕЛЕВЕДУЩИЙ
ВАДИМ ВЕРЕЩАГИН, ДИРЕКТОР ПО ПРОКАТУ «ЦЕНТРАЛ ПАРТНЕРШИП»

12
АЛЕКСАНДР АТАНЕСЯН, ПРОДЮСЕР, РЕЖИССЕР, ГЕНДИРЕКТОР КОМПАНИИ «АНГЕЛ-ФИЛЬМ»
ЕФИМ ЛЮБИНСКИЙ, ГЕНПРОДЮСЕР ТЕЛЕКОМПАНИИ DIXI TV

13
АЛЕКСЕЙ БРОДСКИЙ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ПЯТОГО КАНАЛА
АЛЕКСАНДР ПОНОМАРЕВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ТЕЛЕКАНАЛА «ТВ ЦЕНТР»

14
ПАВЕЛ ЧУХРАЙ, РЕЖИССЕР

17
РАУФ АТАМАЛИБЕКОВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ UMP

18
СЕРГЕЙ БЕЗРУКОВ, АКТЕР, ПРОДЮСЕР
НАТАЛЬЯ БИЛАН, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КАНАЛА «ДОМАШНИЙ»

21
НИКИТА МИХАЛКОВ, АКТЕР, РЕЖИССЕР, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ СТУДИИ «ТРИ ТЗ», ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СК РОССИИ
АЛЕКСАНДР ОЛЕЙНИКОВ, РЕЖИССЕР, ПРОДЮСЕР, ЗАМГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА, ГЛАВНЫЙ ПРОДЮСЕР КАНАЛА «ТВ ЦЕНТР»

22
СЛАВА РОСС, РЕЖИССЕР, СЦЕНАРИСТ, ПРОДЮСЕР, АКТЕР

25
ЮРИЙ АРАБОВ, ДРАМАТУРГ, СЦЕНАРИСТ
МИХАИЛ ГАЛУСТЯН, ШОУМЕН, АКТЕР, СЦЕНАРИСТ, ПРОДЮСЕР

27
НИКОЛАЙ КАРАЧЕНЦОВ, АКТЕР
АРТУР СМОЛЬЯНИНОВ, АКТЕР

28
ОЛЕГ ДОБРОДЕЕВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ВГТРК

29
ДЕНИС ЕВСТИГНЕЕВ, ОПЕРАТОР, РЕЖИССЕР, ПРОДЮСЕР, ГЕНПРОДЮСЕР СТУДИИ «РУССКИЙ ПРОЕКТ»
ИГОРЬ ИЛЬЧУК, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «КАРО ФИЛЬМ»

31
ДМИТРИЙ МЕСХИЕВ, РЕЖИССЕР, АКТЕР, ПРОДЮСЕР
ИГОРЬ СТОРЧАК, ДИРЕКТОР КОМПАНИИ FILM UA

МЯСНОЙ КЛУБ

ресторан

ВРЕМЯ ЕСТЬ МЯСО

Кузнецкий мост, д. 19
+7 (495) 625 17 29

РЕКЛАМА

ЦЕНТРАЛ ПАРТНЕРШИП ПРЕДСТАВЛЯЕТ

УЛАНСКАЯ БАЛЛАДА

www.1812-film.ru

ЦЕНТРАЛ ПАРТНЕРШИП

С 1 НОЯБРЯ В КИНО

ФК ФОНД КИНО

12+